SEPTEMBER 2020 Vol. 6 Issue 66 THE FIRST ADVERTISING & MARKETING MAGAZINE IN MALAYALAM Price:₹50/-

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

THE WORLD OF
EFFECTIVE
COMMUNICATION

Priyanka Bhattacharjee
Model & Actress

'ബ്രാൻഡിംഗ്'
എന്ന പ്രതിഭാസം

ചെറുകിടക്കാരെ
പിഴിയുന്ന വമ്പന്മാർ

മണിപ്പൂരിലെ സ്ത്രീ
പോരാളികൾ

അസാധുവാകാതെ
കൃഷ്ണൻ ചേലേമ്പ്ര

ശരീരഭാഷ ചുരുക്കത്തിൽ

BRANDING  MODEL WATCH  MARKETING  MOTIVATION  MEDIA

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും
ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് (ദേശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം) ക്വിക് ഡോക് ഡോട് കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം.ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണിവരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കണുകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗനിർണയ ക്യാംപുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

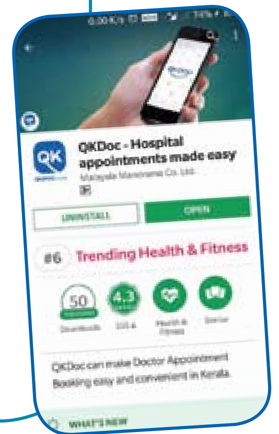
അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

ഓപ്ഷൻ 1 *A)* qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/ സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നേടുക D) റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കണുകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്കു ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.

ഓപ്ഷൻ 2 *A)* അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക്ക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസ്ൽ നിന്നും ഒടിപി നമ്പർപറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു.

ഡോക്ടറുടെ
അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റിനായി
വിളിക്കുക

7012612323 (24x7)
0481 2587421 / 422
(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു



ഉള്ളടക്കം

Cover: Priyanka Bhattacharjee

Vol. 6 | Issue 66 | September 2020









Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം **EFFECTIVE ADCOM**
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 08593 998705, 0481 2561791
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

Can read @



effectiveadcom/posts
09846057461
/effective.adcom
/effective-adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

അവതാരക വിചാരണക്കാർ

ഒരു ഭാഷയ്ക്ക് അഥവാ ഒരു സമൂഹത്തിന് ആവശ്യമുള്ളതിൽ കൂടുതൽ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളും ചാനലുകളും വർദ്ധിച്ചുവരുന്ന ഒരു കാലഘട്ടത്തിലാണല്ലോ നാം ജീവിക്കുന്നത്. അറിയാനുള്ള അവകാശം അടിസ്ഥാനപരവും അത്യന്താപേക്ഷിതവുമായ അവകാശമാണെന്ന കാര്യത്തിൽ ഈ അവകാശം നിഷേധിക്കുന്നവർക്കു പോലും എതിരഭിപ്രായമുണ്ടാകുകയില്ല.

ഇക്കാലത്തെ മാധ്യമങ്ങളുടെ നിലവാരവും കാഴ്ചപ്പാടുകളും വലിയ ചർച്ചകൾക്കു വഴിവയ്ക്കുന്നുണ്ട്. ചാനലുകളിൽ കണ്ടുവരുന്ന അന്തിചർച്ചകൾ തന്നെ ഉദാഹരണം. അവിടെയുണ്ടെങ്കിൽ ഇവിടെയും വേണം എന്ന കാഴ്ചപ്പാടോടെയും മത്സരബുദ്ധിയോടെയും എല്ലാ ചാനലുകളും ഒരേസമയം (ചില ചാനലുകളിൽ സമയവ്യത്യാസമുണ്ടാകാം) ചർച്ചകൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു. 'ചർച്ച തൊഴിലാളികൾ' സ്ഥിര നിയമനംപോലെ അതിന്റെ ഭാഗഭാക്കാകുകയും ചെയ്യുന്നു. ചർച്ചകളുടെ 'മോഡറേറ്ററാ'കേണ്ട അവതാരകർ വിചാരണക്കാരും ജഡ്ജിമാരുമാകുന്നു. അവതാരകർ തങ്ങളുടെ പാണ്ഡിത്യം പ്രകടിപ്പിക്കുവാനും സ്വന്തം അഭിപ്രായങ്ങൾ മറ്റുള്ളവരുടെ മേൽ അടിച്ചേൽപ്പിക്കുവാനും ശ്രമിക്കുന്നു.

എതിരഭിപ്രായങ്ങളോട് അസഹിഷ്ണുത പ്രകടിപ്പിക്കുന്ന ഇവർ പല അതിഥികളും ഇടയ്ക്കു ചർച്ച നിർത്തി ഇറങ്ങിപ്പോകേണ്ട അവസ്ഥ വരെ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. തങ്ങൾക്കു പറയുവാനുള്ള കാര്യങ്ങൾ പറയുവാൻ വേണ്ടത്ര സമയം കിട്ടാതെ വിഷമിക്കുന്ന അതിഥികളുടെ ഗതികേടും ചിന്തനീയം.

ഇതിനെല്ലാമിടയിൽ ചാനൽ ഓഫ് ചെയ്യുകയല്ലാതെ പ്രതികരിക്കാനുള്ള യാതൊരു വഴിയുമില്ലാത്ത പ്രേക്ഷകർ അസ്വസ്ഥരാകുകയും നിസ്സഹായരാകുകയും ചെയ്യുന്നു. കൂടുതൽ പറയുന്നവനല്ല നന്നായി പറയിപ്പിക്കുന്നവനാണ് നല്ല അവതാരകൻ എന്ന് ഇവരെ ആരു പഠിപ്പിക്കും?

ചീഫ് എഡിറ്റർ



'ബ്രാൻഡിംഗ്' എന്ന പ്രതിഭാസം

ഭാഗം-2

ഒരു ബ്രാൻഡ് പരസ്യങ്ങളിലൂടെ സൃഷ്ടിച്ചെടുത്ത പ്രശസ്തി മാത്രമല്ല, അതിന്റെ ഓരോ ഗുണഗണങ്ങളും ഉപഭോക്താവിനെ സ്വാധീനിക്കുന്നതാണ്. അതിസൂക്ഷ്മമായ തിരിച്ചറിവോടെ വിശകലനം ചെയ്ത് നടപ്പാക്കേണ്ട ഒരു ദീർഘകാല പ്രക്രിയയാണ് ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിംഗ്.

ഓരേ പോലുള്ള വിവിധ ഉൽപന്നങ്ങൾക്കിടയിൽ വേറിട്ടു നിൽക്കുകയും തിരിച്ചറിയപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു എന്നതാണ് ബ്രാൻഡ് നെയിം കൊണ്ട് പ്രഥമദൃഷ്ട്യാ വിവക്ഷിക്കുന്നത്. ഒരു ബ്രാൻഡ്നാമം കാണുകയോ കേൾക്കുകയോ ചെയ്യുമ്പോൾ തന്നെ ആ ബ്രാൻഡ് ഒരു കസ്റ്റമറുടെയുള്ളിൽ സൃഷ്ടിച്ചിരിക്കുന്ന എല്ലാ ഗുണഗണങ്ങളും അയാളുടെ മനസ്സിലൂടെ അയാൾപോലും അറിയാതെ കടന്നു പോകുന്നു. ഇത് ബോധമനസ്സുകൊണ്ടു മാത്രമല്ല അബോധമനസ്സുകൊണ്ടും ആവർത്തിക്കപ്പെടുന്നു. അതായത് ഒരു ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിംഗ് പ്രക്രിയയുടെ കാലഘട്ടത്തിലൂടെ അനുവർത്തിക്കപ്പെട്ട ചെറുതും വലുതുമായ എല്ലാ ഘടകങ്ങളും അയാളുടെ ബോധമനസ്സിനേയും അബോധമനസ്സിനേയും സ്വാധീനിച്ചിരിക്കുന്നു. ഒരു ബ്രാൻഡ് പരസ്യങ്ങളിലൂടെ സൃഷ്ടിച്ചെടുത്ത പ്രശസ്തി മാത്രമല്ല, അതിന്റെ ഓരോ ഗുണഗണങ്ങളും ഉപഭോക്താവിനെ സ്വാധീനിക്കുന്നതാണ്. അതിസൂക്ഷ്മമായ തിരിച്ചറിവോടെ വിശകലനം ചെയ്ത് നടപ്പാക്കേണ്ട ഒരു ദീർഘകാല പ്രക്രിയയാണ് ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിംഗ്.

വ്യക്തിത്വം

ബ്രാൻഡിംഗ് എന്നത് ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ വ്യക്തിത്വം ആണെന്നു പറയാം. ആളുകൾക്ക് ഒരു



വ്യക്തിയോട് ഇഷ്ടവും താൽപര്യവും തോന്നുന്നുവെങ്കിൽ അയാളുടെ വ്യക്തിത്വത്തിന് ചില സവിശേഷതകൾ ഉണ്ടായിരിക്കണമല്ലോ. ഇത് ബ്രാൻഡിന്റെ കാര്യത്തിലും പ്രസക്തമാണ്. ബ്രാൻഡിന്റെ വ്യക്തിത്വം പ്രധാനമായും ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ സവിശേഷതകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കും. എങ്കിലും ഒരു ബിസിനസ്സിന്റെ എല്ലാ ഘടകങ്ങളും ഇതിൽ പ്രാധാന്യമുള്ളതാണ്. ഏതെങ്കിലും ഒരു ഘടകത്തിന്റെ ഗുണമേന്മയിൽ വിട്ടുവീഴ്ച ചെയ്തുകൊണ്ട് മികച്ച നിലയിലുള്ള ഒരു 'ബ്രാൻഡിംഗ്' വളർത്തിയെടുക്കുവാൻ സാധിക്കുകയില്ല. ഒരു സർക്കസ്സുകാരൻ കാണിക്കുന്ന അത്രയും ശ്രദ്ധ ഒരു ബിസിനസ്സുകാരനും അയാളുടെ പ്രവർത്തികളിലുടനീളം പുലർത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഒരു ചെറിയ അശ്രദ്ധപോലും വരുത്തിവച്ചേക്കാവുന്ന ദോഷഫലങ്ങളെപ്പറ്റി അയാൾ വ്യക്തമായി അറിഞ്ഞിരിക്കണം. അയാളുടെ ഉൽപ്പന്നവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു പ്രവർത്തിക്കുന്നവരുടെ നിലവാരം പോലും ആ ബ്രാൻഡിനെ സ്വാധീനിക്കുന്നു.

കമ്യൂണിക്കേഷൻ

മത്സരാധിഷ്ഠിതമായ ഒരു മാർക്കറ്റിൽ ഗുണമേന്മകളിൽ വിട്ടുവീഴ്ച കാണിക്കുന്ന ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തേയും ബ്രാൻഡിനേയും ഉപഭോക്താക്കൾ കൈക്കൊള്ളുകയില്ല. സ്ഥാപനത്തിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താവിനു ലഭിക്കുന്ന ഓരോ കമ്യൂണിക്കേഷനും അയാളെ ആ ബ്രാൻഡിനോടു ചേർത്തു നിർത്തുന്നവയായിരിക്കണം.

ഏതൊരു ബിസിനസ്സിന്റെയും ബ്രാൻഡിന്റെയും വളർച്ച, നിലനിൽപ്പുപോലും, ഉപഭോക്താവ് എന്തു ചിന്തിക്കുന്നു എന്നതിനെ ആശ്രയിച്ചായിരിക്കും എന്ന തിരിച്ചറിവ് എപ്പോഴും ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഗുണനിലവാരത്തിൽ വിട്ടുവീഴ്ച ചെയ്താൽ ഉപഭോക്താക്കൾ മറ്റ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തേടിപ്പോകും.

പരസ്യങ്ങൾ

മികച്ച ഉൽപ്പന്നങ്ങൽ നിർമ്മിക്കുക എന്നതുപോലെതന്നെ അതിനെപ്പറ്റി ഉപഭോക്താക്കളിൽ വ്യക്തമായ അവബോധം സൃഷ്ടിക്കുകയും വേണം. മികച്ച പരസ്യങ്ങൾ അതിനു സഹായിക്കും. കൃത്യമായ പ്ലാനിങ്ങോടുകൂടിയ പരസ്യങ്ങളും മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങളും സേവനങ്ങളും എല്ലാം ചേർന്നാണ് ഉപഭോക്താവിനെ ബ്രാൻഡിനോട് അടുപ്പിക്കുന്നത്.

ഒരു ഉൽപ്പന്നം ഒരിക്കൽ ഉപയോഗിച്ചയാളിൽ നിന്നും വരുന്ന അഭിപ്രായങ്ങളാണ് ഏറ്റവും വിലപിടിച്ച 'പരസ്യം' എന്നു പറയുന്നത്. മൗത്ത് പബ്ലിസിറ്റിയോളം മികച്ചതും വിശ്വസനീയവുമായ മറ്റൊരു മാധ്യമമില്ല തന്നെ.

ബാലൻസിംഗ്

പരസ്യങ്ങൾ വലിയരീതിയിൽ പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെടുകയും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിപണിയിൽ ലഭ്യമല്ലാതിരിക്കുകയും ചെയ്താൽ അതു നഷ്ടം മാത്രമേ ഉണ്ടാക്കുകയുള്ളൂ. അതുപോലെതന്നെ മറിച്ചും സംഭവിക്കാറുണ്ട്. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിപണിയിലുണ്ടായിരിക്കെ ഉപഭോക്താക്കളിൽ അതേപ്പറ്റി വേണ്ടത്ര അവബോധം സൃഷ്ടിക്കപ്പെടാതിരിക്കുന്നതും നഷ്ടം സംഭവിക്കാൻ ഇടവരുത്തും. ചുരുക്കത്തിൽ ഇതിലെല്ലാം ഒരു ബാലൻസിംഗ് ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്നർത്ഥം.

മൗത്ത് പബ്ലിസിറ്റി

ഒരു ഉൽപ്പന്നം ഒരിക്കൽ ഉപയോഗിച്ചയാളിൽ നിന്നും വരുന്ന അഭിപ്രായങ്ങളാണ് ഏറ്റവും വിലപിടിച്ച 'പരസ്യം' എന്നു പറയുന്നത്. മൗത്ത് പബ്ലിസിറ്റിയോളം മികച്ചതും വിശ്വസനീയവുമായ മറ്റൊരു മാധ്യമമില്ല തന്നെ.

കസ്റ്റമർകെയർ വിഭാഗം

ഒരു മികച്ച കസ്റ്റമർകെയർ വിഭാഗം ഏതൊരു ബ്രാൻഡിന്റേയും മുതൽക്കൂട്ടാണ്. അവരുടെ നിരന്തരമായ ശ്രദ്ധയും ഇടപെടലും (Follow up) നല്ലൊരു ഉപഭോക്തൃനിരയെ നേടിയെടുക്കുവാനും അവരെ ബ്രാൻഡിനോടു ചേർത്തു നിർത്തുവാനും സഹായിക്കും. ഉപഭോക്താക്കൾ ചെലവാക്കുന്ന ഓരോ ചില്ലിക്കാശിന്റേയും ഉത്തരവാദിത്വം ബ്രാൻഡിനാണ്. ഉപഭോക്താവിന്റെ മനസ്സിലുണ്ടാകുന്ന സംതൃപ്തി ബ്രാൻഡിന്റെ മൂല്യം വർദ്ധിപ്പിച്ചുകൊണ്ടേയിരിക്കും ●

(തുടരും)

ആഡ്കോം റിസർച്ച് വിംഗ്

ശേഷം പത്ര വിശേഷം

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്ന പരമ്പര.



കൃഷ്ണൻ ചേലേമ്പ്ര

അസാധുവാകാതെ കൃഷ്ണൻ ചേലേമ്പ്ര

മലയാളത്തിൽ ശ്രദ്ധേയമായ രണ്ട് വിനോദമാസികകൾക്ക് ജന്മം നൽകിയ വ്യക്തിയാണ് കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് യേശുദാസൻ. അസാധു, കട്ട്-കട്ട്. ഒന്നു രാഷ്ട്രീയ ആക്ഷേപഹാസ്യവും മറ്റൊന്ന് സിനിമാസ്സണ്ട് ഹ്യൂമർ മാസികയും. രണ്ടിനും ഏറെ അനുകരണങ്ങളുമുണ്ടായി. അതിൽ അസാധുവിന്റെ യാത്രാവഴികളും അതിന്റെ അവസാനവുമാണ് ഇത്തവണ ശേഷം പത്രവിശേഷത്തിൽ.

കാമ്പിശ്ശേരിയാണ് 'അസാധു' എന്ന പേര് നിർദ്ദേശിച്ചത്. തുടക്കത്തിൽ കൊല്ലത്തുനിന്നുമാണ് പ്രസിദ്ധീകരണം ആരംഭിക്കുന്നത്. പിന്നീട് അത് കറ്റാനത്തുനിന്നും അച്ചടിച്ചിറക്കാൻ തുടങ്ങി. 1973ൽ അത് കൊച്ചിയിലെത്തി. പി.എ.ലെനിന്റെ പേരിലായിരുന്നു എറണാകുളത്തെത്തിയപ്പോൾ അസാധു മാസികയുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ. എറണാകുളം നോർത്തിൽ ടെലക്സ് ഈവനിംഗ് ഡെയിലിയോട് ചേർന്ന് തന്നെയായിരുന്നു അസാധുവിന്റേയും ഓഫീസ്. ഇതിന് തൊട്ടടുത്താണ് മാസ് ഹോട്ടൽ. അവിടെ കോൺഗ്രസ്കാരുടെ വിഹാര കേന്ദ്രമാണ്. കോൺഗ്രസ്സിൽ അന്നുമുണ്ട് പല ഗ്രൂപ്പുകൾ. അതുകൊണ്ടു തന്നെ മാസികയ്ക്ക്

ആവശ്യമുള്ളതിലേറെ വിഭവങ്ങൾ ഓഫീസിലിരുന്നാൽ തന്നെ പത്രാധിപർക്ക് കിട്ടുമായിരുന്നു.

1982 വരെ അസാധു യേശുദാസന്റെ പത്രാധിപത്യത്തിൽ കസറുക തന്നെയായിരുന്നു. പിന്നീട് പ്രസിദ്ധീകരണം നിലച്ചു. ഇതാണ് അസാധുവിന്റെ ആദ്യഘട്ട ചരിത്രം.

ഇതിനൊരു രണ്ടാംഘട്ടം കൂടിയുണ്ടായി. യേശുദാസിനൊപ്പം സഹകരിച്ച് പ്രവർത്തിച്ചിരുന്ന മലപ്പുറം ചേലേമ്പ്രക്കാരൻ കൃഷ്ണൻ അസാധു ഏറ്റെടുത്തു നടത്താൻ തീരുമാനിക്കുന്നു. അസാധു, കട്ട്-കട്ട്, ടക്-ടക് എന്നിവയുടെ നടത്തിപ്പിൽ അണിയറയിൽ കൃഷ്ണൻ ഉണ്ടായിരുന്നതുകൊണ്ട് മാസിക എങ്ങിനെ രൂപപ്പെടുത്താമെന്ന് നന്നായി അറിയാമായിരുന്നു.

അസാധുവിന്റെ പ്രിന്ററും പബ്ലീഷറുമായ പി.എ. ലെനിന്റെ പ്രേരണയാലാണ് കൃഷ്ണൻ അസാധു വീണ്ടും തുടങ്ങാൻ കാരണം. വലിയ സങ്കല്പവുമായാണ് അസാധു വീണ്ടും ഇറക്കാൻ കൃഷ്ണൻ കച്ചമുറുക്കിയത്. 1984 മേയ് ഒന്നാം തീയതി തൊഴിലാളിദിനത്തിൽ എറണാകുളം മാസ് ഓഡിറ്റോറിയത്തിൽ വച്ചായിരുന്നു പുന:പ്രസിദ്ധീകരണം. വൈകിട്ട് നാലുമണി. അന്നത്തെ ആഭ്യന്തരമന്ത്രി വയലാർ രവി ആദ്യ പ്രതി സിനിമാ നടി ഉണ്ണിമേരിക്ക് നൽകിയാണ് നിർവഹിച്ചത്. വയലാർ രവി കൃത്യ സമയത്ത് മാസ് ഹോട്ടലിൽ എത്തിയെങ്കിലും ഉണ്ണിമേരി ഒരു മണിക്കൂർ വൈകിയാണ് എത്തിയത്. യാതൊരു പ്രശ്നവുമില്ലാതെ ശാന്തനായി ഉണ്ണിമേരിയെ കാത്തിരുന്നു നമ്മുടെ ആഭ്യന്തര മന്ത്രി.



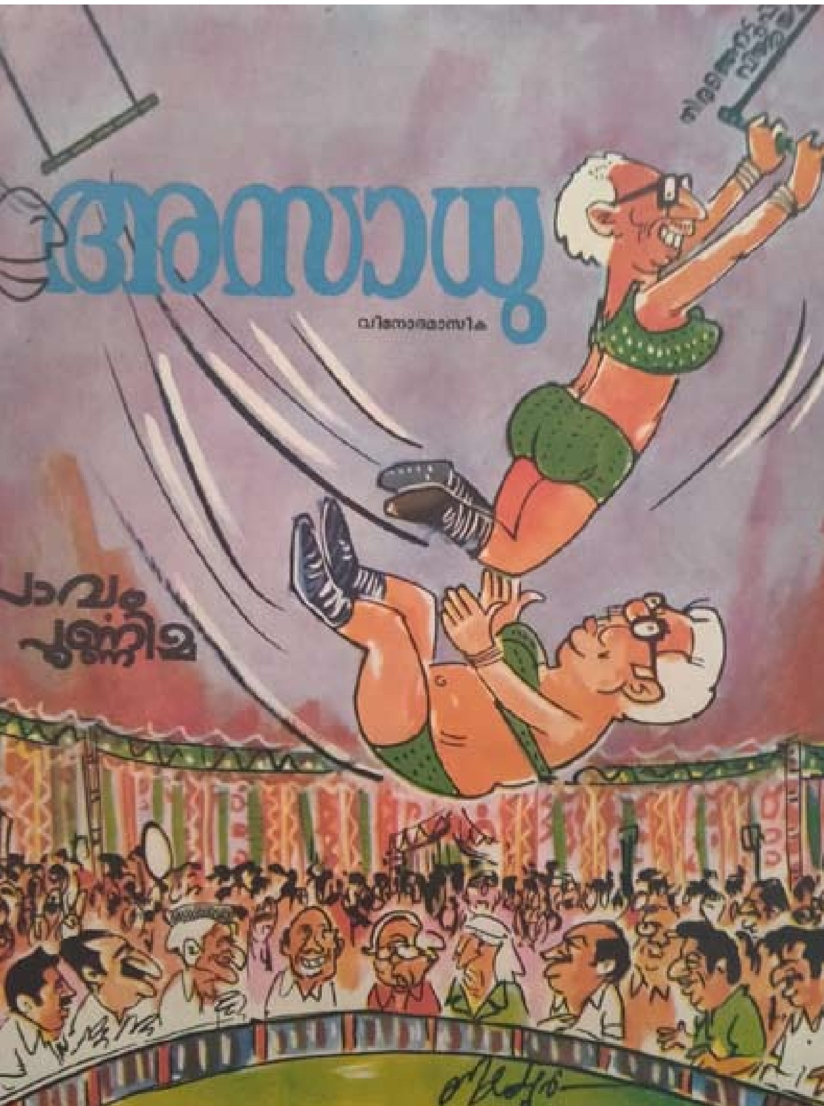
യേശുദാസന്റെ അസാധു



പഴയ അസാധുവിൽ എം.എൽ.എ.യുടെ ഒരു ദിവസമായിരുന്നെങ്കിൽ പുതിയതിൽ മന്ത്രിയുടെ ഒരു ദിവസമാണ്. കറ്റാനം രവിയായിരുന്നു എം.എൽ.എ.യുടെ ഒരു ദിവസം ചോർത്തിയെടുത്ത് കാരിക്കേച്ചറോടെ അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നത്. പുതിയതിൽ ചോർത്തുകാരൻ വിഷ്ണുവാണ്. കാരിക്കേച്ചർ രാജുനായരുടേതും.

കൊച്ചിൻ കോർപ്പറേഷൻ ഡെപ്യൂട്ടി മേയർ ആയിരുന്ന പിന്നീട് എം.എൽ.എ.ആയ ഹംസക്കുഞ്ഞായിരുന്നു അദ്ധ്യക്ഷൻ ബി.എം.ഗഫൂർ, രാജുനായർ, സോളമൻ ജോസഫ് തുടങ്ങിയവർ ആശംസകളർപ്പിച്ച് പിരിഞ്ഞു.

യേശുദാസൻ ആരംഭിച്ച അസാധുവിന്റെ പ്രഥമലക്കം കവർ വരച്ചത് കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് തോമസ് ആയിരുന്നു. പുനപ്രസിദ്ധീകരിച്ച അസാധുവിന്റേയും കവർ വരയ്ക്കാനുള്ള യോഗം തോമസിനുതന്നെയായിരുന്നു. കരുണാകരൻ മന്ത്രിസഭയുടെ രണ്ടാം വാർഷി



ഇത്തവണ വോട്ടിംഗ് യന്ത്രം ഇല്ലാത്തതുകൊണ്ട് ഫലം എന്തായാലും ധാരാളം 'അസാധു' കാണുമെന്നുറപ്പാണ്.

'പോളിംഗ് ബൂത്ത്' എന്ന പേരിലാണ് വായനക്കാരുടെ കത്ത്. വൈക്കം മുഹമ്മദ് ബഷീർ മുതൽ ബെന്നി ബഹനാൻ വരെ എഴുതിയിരുന്നു.

പഴയ അസാധുവിൽ എം.എൽ.എ.യുടെ ഒരു ദിവസമായിരുന്നെങ്കിൽ പുതിയതിൽ മന്ത്രിയുടെ ഒരു ദിവസമാണ്. കറ്റാനം രവിയായിരുന്നു എം.എൽ.എ.യുടെ ഒരു ദിവസം ചോർത്തിയെടുത്ത് കാരിക്കേച്ചറോടെ അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നത്. പുതിയതിൽ ചോർത്തുകാരൻ വിഷ്ണുവാണ്. കാരിക്കേച്ചർ രാജുനായരുടേതും. അടുത്തലക്കം മുതൽ കറ്റാനം രവി തന്നെ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുകയും ചെയ്തു. മുഖ്യമന്ത്രി കരുണാകരനെത്തന്നെയാണ് ആദ്യം അവതരിപ്പിച്ചത്. കുഞ്ഞുണ്ണി മാഷ് കൈകാര്യം ചെയ്തിരുന്ന പംക്തി 'രാഷ്ട്രീയ കഷായം'.

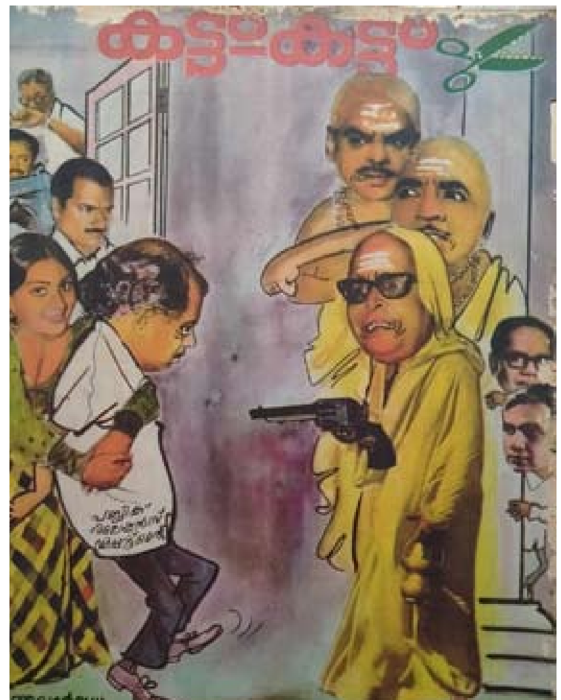
പതിവുപോലെ പത്താമ്പുറം വേളൂർ കൃഷ്ണൻകുട്ടി തന്നെ കൈകാര്യം ചെയ്തിരുന്നു. 18,19 പേജുകളിൽ കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് നാഥന്റെ നാഥനില്ലാക്കളരി. കുളിക്കടവിന് പകരം ക്ലിനിക്ക് എന്ന പംക്തിയാണ്. ഗുരുതരാവസ്ഥയിലെത്തിയ രോഗികളുടെ ചോദ്യങ്ങൾക്ക് അലോപ്പതിയിൽ ഡോ.മുഹമ്മദ് കണ്ണ് എം.ബി.ബി.എസ്. ആയുർവേദപ്പൊതിയിൽ ശ്രീ.യമകണ്ഠവൈദ്യർ എന്നിവർ ചേർന്നായിരുന്നു മറുപടി കൊടുത്തുകൊണ്ടിരുന്നത്. ഇവരെ നേരിൽ കാണാൻ ശ്രമിക്കരുതെന്നൊരു മുന്നറിയിപ്പും.

രാജുനായർ, ഹരി, ബാബു, സീരി, നാഥൻ, ഗഫൂർ, ജോൺ, മോഹൻ, മോനായി, ശത്രു.... തുടങ്ങിയവരായിരുന്നു കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകൾ.

സുകുമാർ യേശുദാസനോട് ഐക്യദാർഢ്യം പ്രഖ്യാപിച്ചതുമൂലം 'കഷായം' പുതിയ അസാധുവിൽ ഉണ്ടായില്ല. മനോരമ പത്രത്തെ മനോഹരമായൊന്നു കുത്തിയിരുന്നു. അതിങ്ങനെ; ''മനോരമ

നാട്ടിൽ യുവകലപ്രസ്സിലെ പ്രൂഫ് റീഡിങ്ങിന്റെ ബലത്തിലാണ് കൊച്ചിയിലേക്കു വണ്ടികയറിയത്. കൊച്ചിയിൽ സൗഹൃദവലയം വികസിപ്പിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി എറണാകുളം നോർത്തിലുള്ള അസാധു ഓഫീസിലുമെത്തി.യേശുദാസനുമായുള്ള കണ്ടുമുട്ടൽ ഒരു ദീർഘകാലബന്ധത്തിൽ കലാശിച്ചു. യേശുദാസൻ കട്ട്-കട്ട് എന്ന പ്രസിദ്ധീകരണം തുടങ്ങിയപ്പോൾ കൂടെകൂട്ടി. അതോടെ ജന്മഭൂമി വിട്ടു. പിന്നെ യേശുദാസൻ എന്ന കാർട്ടൂണിസ്റ്റിന് പൊരുത്തമുള്ള ആർട്ടിസ്റ്റായി മാറി കൃഷ്ണൻ.

കമായിരുന്നു വിഷയം. ആദ്യ എഡിറ്റോറിയലിന്റെ തുടക്കം ഇങ്ങനെയായിരുന്നു. ''അസാധു വീണ്ടും നിങ്ങളുടെ മുമ്പിലെത്തുന്നു. ചിരിമറന്ന സാധുക്കൾക്ക് ചിരിക്കാൻ ഒരവസരം. ഭരണ മുന്നണി രണ്ടു വർഷം പിന്നിടുമ്പോൾ രണ്ടര നിയോജകമണ്ഡലങ്ങളിൽ വീണ്ടും തെരഞ്ഞെടുപ്പ് നടക്കുകയാണ്.



ശീതളപാനീയം കഴിച്ചാലും സംശയിക്കണോ?

മാധ്യമ വിചാരണ

കൃഷ്ണൻ ചേലേമ്പ്ര

മുന്നിൽ–കോട്ടയം തിരുനക്കര പത്ര ഏജന്റ് എ.ബി. സി. വറീതിന്റെ കയ്യിൽ നിന്നും കിട്ടിയ കണക്കനുസരിച്ച് 1984 മേയ്മാസം മുതൽ മനോരമയാണ് ഏറ്റവും മുന്നിൽ. ഏപ്രിൽ വരെ ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസ്സായിരുന്നു മുന്നിൽ. ഇപ്പോൾ വറീത് അടുക്കിവയ്ക്കുന്ന ക്രമം മാറ്റിയിരിക്കുന്നു. 1984 മേയ് മുതൽ മനോരമ തന്നെ മുന്നിൽ വയ്ക്കാൻ തുടങ്ങി. (ഇതിന് പ്രത്യേക കമ്മീഷൻ ഉണ്ടെന്നു രഹസ്യമായി അദ്ദേഹം പറയുന്നു) പത്രം ഓസിനുവായിക്കുന്ന 6 പേരിൽ 4 പേരും മനോരമയാണ് വായിക്കുന്നതെന്നും അദ്ദേഹം വെളിപ്പെടുത്തി.'' ഇത്തരത്തിലുള്ള ആക്ഷേപഹാസ്യവുമായി അസാധു മുന്നേറിയെങ്കിലും സാമ്പത്തിക ഞെരുക്കം വല്ലാതങ്ങ് കൂടി. അപ്പോഴാണ് ജോൺ ജോസഫ് എന്നൊരു സർക്കാർ കോൺട്രാക്ടറെ കണ്ടുമുട്ടുന്നത്. കക്ഷി അപ്പോൾ കോൺട്രാക്ട് വർക്കിൽ ചില തിരിമറികൾ നടത്തിയതുമൂലം കരിമ്പട്ടികയിൽ കയറിക്കൂടിയിരിക്കുകയായിരുന്നു. അദ്ദേഹം കൃഷ്ണനെ സഹായിക്കാമെന്നേറ്റു. രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കളെ അസാധു വഴി കുപ്പിയിലിറക്കി കരിമ്പട്ടികയിൽ നിന്ന് പുറത്തു കടക്കാനുള്ള വഴിയൊരുക്കലായിരുന്നു ടിയാന്റെ ഉദ്ദേശം! അത് പെട്ടെന്ന് നടന്നില്ലെങ്കിലും ജോൺ ജോസഫ് ഏറെക്കഴിയും മുമ്പ് ന്യൂനപക്ഷ കമ്മീഷൻ ചെയർമാനായി രൂപാന്തരം പ്രാപിച്ചു. കൃഷ്ണനാകട്ടെ യഥാർത്ഥ കുചേലനുമായി. ഭാര്യയുടെ കൈയിൽ അല്പം സ്വർണ്ണമുണ്ടായിരുന്നതുകൊണ്ട് അതുവിറ്റു കടം തീർത്തതുകൊണ്ട് തടികേടായില്ല. ജീവിതത്തിൽ അസാധുവുമായില്ല.

> ഇരുവരും നല്ല അടുപ്പത്തിലായപ്പോൾ കൃഷ്ണൻ അദ്ദേഹത്തെ തൊട്ടടുത്ത തങ്കമ്മചേച്ചിയുടെ പെട്ടിക്കടയിലേക്ക് ആനയിച്ചു. അവിടെനിന്ന് ചൂട് ചായ കൃഷ്ണന്റെ ചെലവിൽ വാങ്ങി ഊതി കുടിച്ചു ഇരുവരും. അന്നൊരു ചായയുടെ വില 35 പൈസ. പിന്നെ സ്നേഹപൂർവ്വം യാത്രയാക്കി. ആ വ്യക്തി ആരെന്നല്ലേ? പിൽക്കാലത്തെ മെഗാസ്റ്റാർ സാക്ഷാൽ മമ്മൂട്ടി!

പിന്നെ എന്തായി എന്ന് നമുക്കു നോക്കാം. കുട്ടിപ്പെരുവൻ – ദേവകി ദമ്പതികളുടെ മകനായി ജനിച്ച കൃഷ്ണൻ മലയാളം വിദ്വാൻ പരീക്ഷ പാസായെങ്കിലും അദ്ധ്യാപകന്റെ കുപ്പായം അണിഞ്ഞില്ല. പകരം പത്രലോകത്തേക്ക് നുഴഞ്ഞുകയറുകയായിരുന്നു. സാക്ഷാൽ എം.പി.മന്മഥൻ പത്രാധിപരായി 'ജന്മഭൂമി' വീണ്ടും കൊച്ചിയിൽ നിന്ന് ആരംഭിച്ചപ്പോൾ അതിൽ പ്രൂഫ് റീഡറായാണ് തുടക്കം. അതിനുമുമ്പ് നാട്ടിൽ യുവകലപ്രസ്സിലെ പ്രൂഫ് റീഡിങ്ങിന്റെ ബലത്തിലാണ് കൊച്ചിയിലേക്കു വണ്ടികയറിയത്. കൊച്ചിയിൽ സൗഹൃദവലയം വികസിപ്പിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി എറണാകുളം നോർത്തിലുള്ള അസാധു ഓഫീസിലുമെത്തി. യേശുദാസനുമായുള്ള

കണ്ടുമുട്ടൽ ഒരു ദീർഘകാലബന്ധത്തിൽ കലാശിച്ചു. യേശുദാസൻ കട്ട്-കട്ട് എന്ന പ്രസിദ്ധീകരണം തുടങ്ങിയപ്പോൾ കൂടെകൂട്ടി. അതോടെ ജന്മഭൂമി വിട്ടു. പിന്നെ യേശുദാസൻ എന്ന കാർട്ടൂണിസ്റ്റിന് പൊരുത്തമുള്ള ആർട്ടിസ്റ്റായി മാറി കൃഷ്ണൻ.

കട്ട്-കട്ടുമായുള്ള ബന്ധം യേശുദാസൻ കട്ടുചെയ്തപ്പോൾ കൃഷ്ണനും അദ്ദേഹത്തോടൊപ്പം പടിയിറങ്ങി. പിന്നെ മനോരാജ്യം ഗ്രൂപ്പിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ തുടങ്ങിയ ടക്-ടക് സിനിസ്റ്റണ്ടുമാസികയുടെ രൂപകല്പനയിൽ പങ്കാളിയായി അവിടെ കൂടി. ക്രെഡിറ്റ് ലൈനിൽ കല കൃഷ്ണൻ ചേലേമ്പ്ര എന്ന് ടക്-ടകിൽ അച്ചടിക്കാനും തുടങ്ങി.

ഓഫ്സെറ്റ് അച്ചടിയിലേക്ക് പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ ചുവടുമാറുന്ന കാലമായിരുന്നു. പ്രൂഫ് റീഡിങ്ങ് മാത്രമല്ല, ലേ-ഔട്ട് ചെയ്യാനും തനിക്കാകുമെന്ന് തെളിയിച്ചു. ചില ഇംഗ്ലീഷ് പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളെ കൂട്ടുപിടിച്ചെന്നത് വേറെ കാര്യം.

> അക്കാലത്ത് ജനശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റിയ കരിക്കൻവില്ല കൊലക്കേസ് ആസ്പദമാക്കി കൃഷ്ണൻ എഴുതിയ 'മദ്രാസിലെ മോൻ' എന്ന പുസ്തകം ചൂടപ്പം പോലെ വിറ്റുപോയി എന്നു മാത്രമല്ല മലയാളത്തിൽ അതേ മാതൃകയിൽ നിരവധി കൊച്ചു, അപസർപ്പക നോവൽ ആരംഭിക്കുവാൻ നിമിത്തമാകുകയും ചെയ്തു.



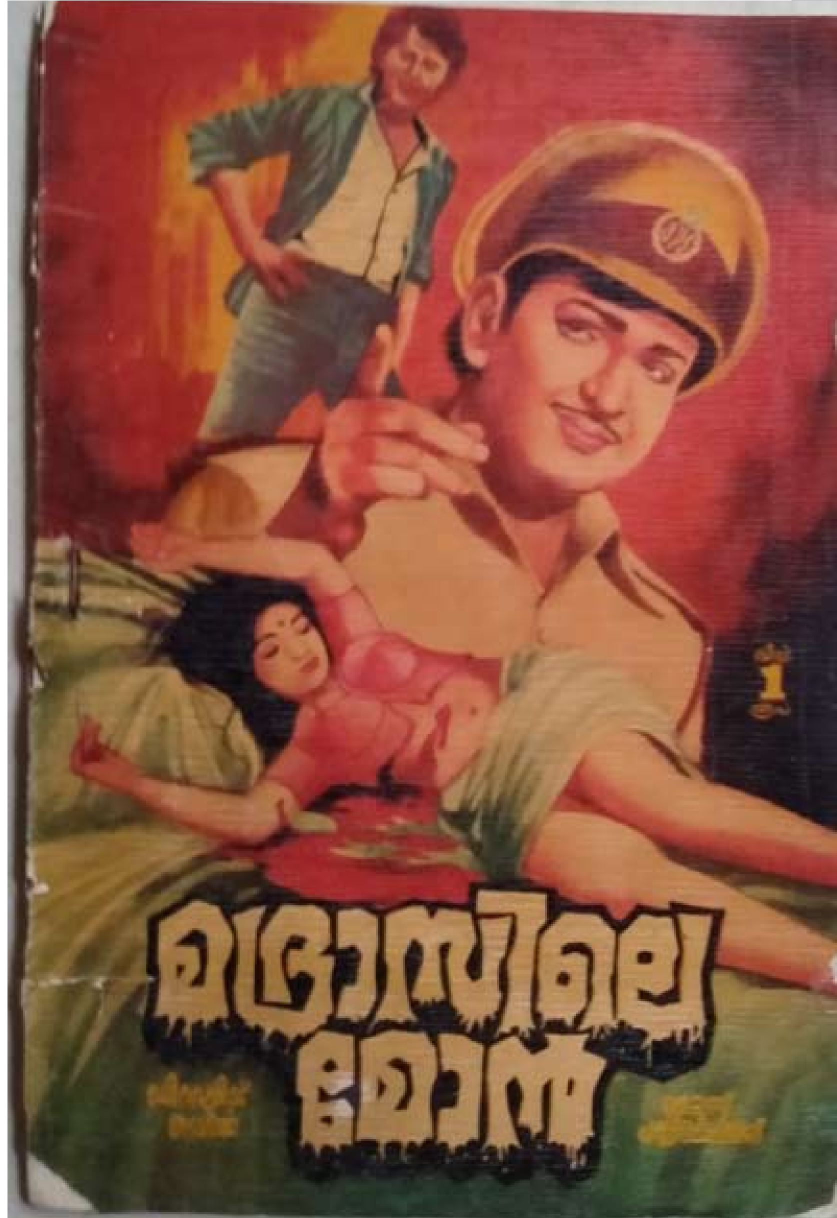
ജയനും കൃഷ്ണൻ ചേലേമ്പ്രയും

അന്ന് എറണാകുളത്ത് കലൂർ ലിറ്റിൽ ഫ്ളവർ റോഡിൽ ചെറീസ് പ്രിന്റേഴ്സിനോട് ചേർന്നാണ് ടക്-ടകിന്റെ ഓഫീസ്. ഒരു നാൾ അവിടേക്ക് ഒരു പഴഞ്ചൻ സ്ക്കൂട്ടർ ഓടിച്ച് ഒരു വ്യക്തി വന്നു കയറുന്നു. വിൽക്കാനുണ്ട് സ്വപ്നങ്ങൾ എന്ന സിനിമയുടെ ഒരു സ്റ്റിൽഫോട്ടോ കൈയ്യിലുണ്ട്. പത്രാധിപരായ യേശുദാസനെ അന്വേഷിച്ചാണ് വരവ്. അദ്ദേഹം സ്ഥലത്തില്ലാത്തതിനാൽ വന്നയാളെ കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ കൃഷ്ണൻ നിർബന്ധിതനായി.

നാഥനില്ലാ കളരി

താൻ അഭിനയിച്ച സിനിമയുടെ സ്റ്റിൽ ആണിതെന്നും ടക്-ടക് മാസികയിൽ കൊടുക്കണമെന്നും ഒരു ഇന്റർവ്യൂകൂടി ആയാൽ നന്നായിരിക്കുമെന്നും വന്നയാൾ പറഞ്ഞു. തുടർന്ന് വിശാലമായി ഇന്റർവ്യൂ നടത്തി. ഇരുവരും നല്ല അടുപ്പത്തിലായപ്പോൾ കൃഷ്ണൻ അദ്ദേഹത്തെ തൊട്ടടുത്ത തങ്കമ്മ ചേച്ചിയുടെ പെട്ടിക്കടയിലേക്ക് ആനയിച്ചു. അവിടെനിന്ന് ചൂട് ചായ കൃഷ്ണന്റെ ചെലവിൽ വാങ്ങി ഊതി കുടിച്ചു ഇരുവരും. അന്നൊരു ചായയുടെ വില 35 പൈസ. പിന്നെ സ്നേഹപൂർവ്വം യാത്രയാക്കി. ആ വ്യക്തി ആരെന്നല്ലേ? പിൽക്കാലത്തെ മെഗാസ്റ്റാർ സാക്ഷാൽ മമ്മൂട്ടി! ഈ യഥാർത്ഥകഥ സ്വന്തം ഭാര്യയോടും മക്കളോടും പറഞ്ഞിട്ടു വിശ്വസിക്കുന്നില്ല എന്നതാണ് ടിയാന്റെ ദു:ഖം. ജയൻ, മമ്മൂട്ടി തുടങ്ങി പ്രമുഖ നടന്മാരും കലാകാരന്മാരുമായി നല്ല ബന്ധം സ്ഥാപിച്ചിരുന്നു കൃഷ്ണൻ ചേലേമ്പ്ര.

മനോരാജ്യം ഗ്രൂപ്പുമായുള്ള അടുപ്പം മൂലം 1981ലെ അവരുടെ ഓണപ്പതിപ്പിന്റെ ലേ-ഔട്ടും മറ്റുകാര്യങ്ങളും ചെയ്തു. പിന്നെ മനോരാജ്യം പ്രസിദ്ധീകരണമായ കുട്ടികളുടെ മാസിക ലാലുലീലയുടെ ചുമതലയും വഹിച്ചിരുന്നു. അക്കാലത്ത് ജനശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റിയ കരിക്കൻവില്ല കൊലക്കേസ് ആസ്പദമാക്കി കൃഷ്ണൻ എഴുതിയ 'മദ്രാസിലെ മോൻ' എന്ന പുസ്തകം ചൂടപ്പം പോലെ വിറ്റുപോയി എന്നു മാത്രമല്ല മലയാളത്തിൽ അതേ മാതൃകയിൽ നിരവധി കൊച്ചു, അപസർപ്പക നോവൽ ആരംഭിക്കുവാൻ നിമിത്തമാകുകയും ചെയ്തു. ടക്-ടക് മാസിക നിലച്ചപ്പോഴാണ് പഴയ അസാധു പുന:പ്രസിദ്ധീകരണം. അസാധു വീണ്ടും





ഊർധം വലിച്ചു തുടങ്ങിയപ്പോൾ പ്രസാധന രംഗത്തോട് വിടപറഞ്ഞു. പിന്നെ മാതൃഭൂമി, മാധ്യമം, തുടങ്ങിയ പത്രങ്ങളിൽ പ്രൂഫ് റീഡറായി.

മംഗളം കോഴിക്കോട്ട് നിന്ന് പ്രഭാത പത്രം ആരംഭിച്ചപ്പോൾ എം.സി.വർഗീസിന്റെ ക്ഷണപ്രകാരം അതിൽ റിപ്പോർട്ടറായും പിന്നെ എഡിറ്ററായും പ്രവർത്തിച്ചു. ചില അഭിപ്രായ വ്യത്യാസങ്ങളെ തുടർന്ന് മംഗളത്തിൽ നിന്നും പിരിഞ്ഞ് തിരുവനന്തപുരത്തെത്തി. അവിടെനിന്ന് സൗത്ത് ഇന്ത്യൻ ന്യൂസ്, തനിമ, മലയാള മഹിമ തുടങ്ങിയ കുറെ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ ചുക്കാൻ പിടിച്ചു. ഇപ്പോൾ കോഴിക്കോട്ട് ഒലിവ് ബുക്സുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു പ്രവർത്തിക്കുന്നു കൃഷ്ണൻ ചേലേമ്പ്ര. ●



ജോഷി ജോർജ്

joshygeorgecartoonist@gmail.com

പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.

മെമ്മറി കാർഡ് വാങ്ങുമ്പോൾ



സ്മാർട്ട്ഫോൺ പോലെ തന്നെ നമ്മുടെ നിത്യജീവിതത്തിൽ ഒഴിച്ചുകൂടാൻ പറ്റാത്ത ഒന്നായി മാറിയിരിക്കുകയാണ് മെമ്മറി കാർഡുകളും. ആദ്യമൊക്കെ 1 ജിബി 2 ജിബി മെമ്മറി കാർഡുകൾ ആണ് വലിയ വലിയ സൈസുകൾ എങ്കിൽ ഇപ്പോൾ 512 ജിബി വരെ സൈസ് ഉള്ള മെമ്മറി കാർഡുകൾ നിലവിലുണ്ട്. ഒരു മെമ്മറി കാർഡ് വാങ്ങുമ്പോൾ തീർച്ചയായും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട കാര്യങ്ങൾ:

- സ്മാർട്ട്ഫോണിലും ഡിജിറ്റൽ ക്യാമറകളിലും സാധാരണ ഉപയോഗിക്കുന്ന മെമ്മറി കാർഡുകൾ ക്ലാസ് 4, 6 എന്നീ സ്പീഡുകൾ നൽകുന്ന മെമ്മറി കാർഡുകളാണ്. ചില ഹൈഎൻഡ് ഫോണുകൾക്ക് ക്ലാസ് 10 കാർഡുകളും സപ്പോർട്ട് ചെയ്യും. നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ ഏതു മെമ്മറി കാർഡാണ് സപ്പോർട്ട് ചെയ്യുന്നതെന്നറിയാൻ നെറ്റിൽ തിരയാം.

- അതേ സമയം 4K, HDR തുടങ്ങി ഹൈറെസൊല്യൂഷൻ വീഡിയോകൾ റെക്കോർഡ് ചെയ്യുന്ന ഡിഎസ്എൽആർ ക്യാമറകളിൽ ഉപയോഗിക്കാൻ ആണെങ്കിൽ അൾട്രാ സ്പീഡ് നൽകുന്ന കാർഡുകൾ വാങ്ങാം. U1, U3 എന്നിങ്ങനെയാണ് കാർഡുകളുടെ ശ്രേണി.

- സ്പീഡ് മെമ്മറി കാർഡിന്റെ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു ഘടകമാണ്. മെമ്മറി കാർഡിലേയ്ക്ക് ഡാറ്റകൾ ട്രാൻസ്ഫർ ചെയ്യപ്പെടുന്നതും, ഫോട്ടോകൾ വീഡിയോകൾ എന്നിവ റെക്കോർഡ് ചെയ്യപ്പെടുന്നതും മെമ്മറി കാർഡിന്റെ സ്പീഡിനെ ബന്ധപ്പെടുത്തി ആയിരിക്കും. മെമ്മറി കാർഡുകൾ എല്ലാം ഒരേ സ്പീഡ് അല്ല. ഏതു സ്പീഡ് നൽകുന്ന കാർഡാണ് തിരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടത് എന്ന കാര്യം നമ്മുടെ ആവശ്യത്തെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ് തീരുമാനിക്കേണ്ടത്.

- കാർഡുകൾ മുകളിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്ന 'ക്ലാസ്' നോക്കിയാണ് സ്പീഡ് തിരിച്ചറിയുന്നത്. 2, 4, 6, 10 എന്നീ ക്ലാസുകളിലും അൾട്രാ സ്പീഡിലും കാർഡുകൾ ലഭ്യമാണ്. ക്ലാസ് 2 കാർഡുകൾ ഇപ്പോൾ പൊതുവേ ഉപയോഗിക്കാറില്ല. വളരെ കുറഞ്ഞ സ്പീഡിലാണ് ഇതിൽ ഡാറ്റ ട്രാൻസ്ഫർ നടക്കുന്നത്.

- പ്രധാനമായും രണ്ടു സൈസുകളിലാണ് മെമ്മറി കാർഡുകൾ വിപണിയിൽ ലഭിക്കുന്നത്. മൈക്രോ എസ്ഡി, സ്റ്റാൻഡാർഡ് എസ്ഡി കാർഡ് എന്നിങ്ങനെ. ഇതിൽ മൈക്രോ എസ്ഡി സ്മാർട്ട്ഫോണുകൾക്കും, സ്റ്റാൻഡാർഡ് എസ്ഡി ക്യാമറകൾക്കും വേണ്ടിയുള്ളതാണ്.

- മൈക്രോ എസ്ഡി കാർഡുകൾ അഡാപ്റ്റർ ഉപയോഗിച്ച് ക്യാമറയിൽ പ്രവർത്തിപ്പിക്കാം എങ്കിലും ഇങ്ങനെ ചെയ്യുന്നത് കാർഡ് എളുപ്പം കേടുവരാൻ കാരണമാകുന്നു. കൂടാതെ രണ്ട് സൈസ് കാർഡുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന ഉപകരണങ്ങളിൽ ഒരേ കാർഡ് അഡാപ്റ്റർ ഉപയോഗിച്ച് പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്നത് കഴിയുന്നതും ഒഴിവാക്കുക.

- മെമ്മറി കപ്പാസിറ്റി കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത് കാർഡിന്റെ സ്റ്റോറേജ് സ്പേസ് മാത്രമല്ല. നമ്മുടെ ഉപകരണം സപ്പോർട്ട് ചെയ്യുന്നത്ര സ്റ്റോറേജ് സ്പേസുള്ള കാർഡ് നമുക്ക് വാങ്ങാം.

- ദിവസേനയുള്ള ഉപയോഗം ഇടയ്ക്കിടെയുള്ള ഉപയോഗം എന്നിങ്ങനെ വിവിധ ആവശ്യങ്ങൾക്കായുള്ള കാർഡുകൾ ലഭ്യമാണ്. സാധാരണ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി ദിവസേനയുള്ള ഉപയോഗത്തിനായി SDHC കാർഡ് മതിയാകും.



'Classic' – a book which people praise and don't read.
– Mark Twain

Think before you speak. Read before you think.
– Fran Lebowitz

The reading of all good books is like conversation with the finest (people) of the past centuries.
– Descartes

Model code: 186/2020

Name	:	**Priyanka Bhattacharjee**
Height	:	5.2
Vital	:	34, 28, 30
Interest	:	Modeling and acting
Job Track	:	Entertainmant Experience for many years






2019© SILADITYA DUTTA





Model code: 187/2020

Name : **Pehu Senngupta**
Height : 5.4
Vital : 34, 28, 36
Interest : Modeling and acting
Job Track : TVCs and Movies











Model code: 188/2020

Name : **Meenakshi**







Model code: 189/2020

Name : **Manju**







Model code: 190/2020

Name : **Debrup Sengupta**















Model code: 191/2020

Name : Prasadi Hadunge





Model code: 192/2020

Name : **Joseph Luka**
Height : 5.7
Job Track : Seeking Opportunities



Model code: 193/2020

Name : **Sreeraj Sreenivasan**
Height : 5.8
Job Track : Seeking Opportunities







Model code: 194/2020

Name : **Susan Abraham**
Height : 5.2
Vital : 34 -28-30
Interest : Dancing, modelling, drawing
Job Track : Seeking Opportunity



Model code: 195/2020

Name : **Sreekanth Nair**
Height : 5.9
Interest : Modeling/Acting
Job Track : completed one malayalam movie and few photoshoots







ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

സംഗീതസാന്ദ്രമായൊരു മായിക വെളിച്ചം



ആ ശബ്ദമാധുരി വാസന്തമഴയിൽ കുളിച്ചു വന്ന മയിലിന്റെ പീലിപോലെ മനോഹരം, മൃദുലം. ഭക്തിരസ പ്രധാനമായ അമ്പലമണി പോലെ. മേവതി ഖരാന ശൈലി മെനഞ്ഞ ആചാര്യൻ. അതായിരുന്നു പണ്ഡിറ്റ് ജസ്‌രാജ്.

സഹോദരന്മാരായിരുന്ന പണ്ഡിറ്റ് പ്രതാപ് നാരായണും പണ്ഡിറ്റ് മണിറാമും ഒന്നിച്ചു പാടിയ ഒരു ദർബാരി കേട്ടു കേട്ട് വളർന്ന ബാല്യമായിരുന്നു ജസ്‌രാജിന്റേത്. വെറുതേയല്ല ഉസ്താദ് ബഡെ ഗുലാം അലി ഖാനും പണ്ഡിറ്റ് ഭീംസെൻ ജോഷിയും പണ്ഡിറ്റ് വസന്ത്റാവു ദേശ്പാണ്ഡെയും ജസ്‌രാജിന്റെ പ്രതിഭയെ ചെറുപ്പത്തിലേ അംഗീകരിച്ചത്.

പണ്ഡിറ്റ് ജസ്‌രാജ് ഒരിക്കൽ പറഞ്ഞ അനുഭവകഥയിങ്ങനെ: 1987 ൽ നടന്നതാണത്രെ. കച്ചേരി നടക്കുന്ന സമയം. അദ്ദേഹം തോടി രാഗം പാടുകയായിരുന്നു. തൊട്ടടുത്തുള്ള വന പ്രദേശത്തു നിന്നും അവിടെ കറങ്ങി നടന്നിരുന്ന ഒരു മാൻ വേദിയിലേക്ക് നടന്നു വന്നു കാതുകൂർപ്പിച്ചു നിന്നുവത്രേ. സംഗതി സത്യമായിരിക്കണം. കാരണം ശുദ്ധ-ശ്രുതിയിൽ പണ്ഡിറ്റ് ജസ്‌രാജ് പാടുമ്പോൾ ഉളവാകുന്ന ലയപ്രപഞ്ചം ജൈവമായിരുന്നു. ചെവിയുള്ളവർ കേട്ടുനിന്നുപോകും, കണ്ണുള്ളവർ കാണുകയും..!

'ദീവാനാ ബനാനാ ഹേ തോ ദീവാനാ ബനാ ദേ' എന്ന ബേഗം അക്തറുടെ പ്രശസ്ത ഗാനമാണ് സംഗീതം ഒരു ഭ്രാന്തായി മാറാനുള്ള ക്ഷണപത്രമായത് എന്ന് ജസ്‌രാജ് മറ്റൊരിക്കൽ പറഞ്ഞു .

പണ്ഡിറ്റ് ജസ്‌രാജ് ജനിച്ചത് 1930 ജനുവരി 28 നാണ്. മേവതി ഘരാനയിലെ എക്കാലത്തേയും വലിയ സംഗീതജ്ഞനായി അദ്ദേഹം വളർന്നു. ഒരു പക്ഷേ മറ്റൊരു കലാകാരനും കിട്ടാത്ത പദവിയാണത്. ഒരു ഖരാനയുടെ പേരു പറയുമ്പോൾ മനസ്സിൽ വരുന്ന ഒരേയൊരു നാമധേയം എന്നത്.

അച്ഛൻ പണ്ഡിറ്റ് മോത്തി റാം ഗായകനായിരുന്നു. പക്ഷേ, ജസ് രാജിന് നാലുവയസ്സുണ്ടായിരുന്നപ്പോൾ അച്ഛൻ മരിച്ചു. മൂത്ത ജ്യേഷ്ഠൻ പണ്ഡിറ്റ് പ്രതാപ് നാരായൺ ആയിരുന്നു ആദ്യ ഗുരു. മൂന്നു സഹോദരങ്ങൾ പ്രതാപ് നാരായൺ, മണി റാം, ജസ്‌രാജ് എന്നിവർ ഒരുമിച്ചു പാടിയ ശബ്ദലേഖനങ്ങൾ ലഭ്യമാണ്. അസാധാരണ സംഗീത മൂല്യമുള്ളവയാണ് അവ. തൊണ്ണൂറാം വയസ്സിൽ മാഞ്ഞുപോയത് സംഗീതസാന്ദ്രമായൊരു മായികവെളിച്ചം തന്നെയാണ്.



ശരീരഭാഷ ചുരുക്കത്തിൽ

ശ്രമത്തിലാണ് ഫലപ്രാപ്തിയിലല്ല സംതൃപ്തി ഉളവാകുന്നത്. സമ്പൂർണ്ണശ്രമം സമ്പൂർണ്ണ വിജയമാകുന്നു
– മഹാത്മാഗാന്ധി

ശരീരഭാഷയുടെ പ്രാധാന്യവും കുറെയേറെ ശരീരഭാഷാ തന്ത്രങ്ങളുമൊക്കെ നാം ഇപ്പോൾ മനസ്സിലാക്കി കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ഇവയൊക്ക പ്രയോഗതലത്തിൽ കൊണ്ടുവരികയാണ് ഇനി വേണ്ടത്. ശരീരഭാഷയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുള്ള പ്രധാനപ്പെട്ട കാര്യങ്ങളെ ചുരുക്കി അവതരിപ്പിക്കാം.

1. തുറന്ന ശരീരഭാഷ

ജീവിതത്തിന്റെ എല്ലാ അവസരങ്ങളിലും തുറന്ന ശരീരഭാഷ പ്രയോഗിക്കുവാൻ നമുക്ക് സാധിക്കേണ്ടതുണ്ട്. തുറന്ന കരങ്ങൾ തുറവിയുള്ള മനസ്സിന്റെ പ്രതീകമായാണ് പൊതുവേ സ്വീകരിക്കപ്പെടുന്നത്.

2. നല്ലൊരു ശ്രോതാവാകാം

മറ്റൊരാളുമായി സംഭാഷണത്തിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന എല്ലാ അവസരങ്ങളിലും ഒരു നല്ല ശ്രോതാവായിരിക്കുന്നത് പ്രധാനമാണ്. മികച്ച ശരീരഭാഷയിലൂടെ ഇത് പ്രകടിപ്പിക്കേണ്ടതുമാണ്.

3. നേത്ര സമ്പർക്കം (Eye Contact)

ആശയവിനിമയ അവസരങ്ങളിൽ നേത്ര സമ്പർക്കം പുലർത്തുന്നത് മികച്ച ഫലമുളവാക്കുന്ന സംഗതിയാണ്. മറ്റുള്ളവരുമായുള്ള ബന്ധം വളർത്തുന്നതിലും വിശ്വാസം ഊട്ടി ഉറപ്പിക്കുന്നതിലും നേത്ര സമ്പർക്കം സഹായിക്കുന്നു.

4. അനുകരണം

ആശയവിനിമയത്തിൽ അനുകരണവും അതീവ പ്രാധാന്യം അർഹിക്കുന്നതാണ്. നമ്മോട് സംസാരിക്കുന്ന വ്യക്തികളുടെ ആംഗ്യങ്ങളും ചലനങ്ങളും അനുകരിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നതോടൊപ്പം സംഭാഷണത്തിന്റെ വേഗം ക്രമീകരിക്കുന്നതും ഉചിതമായിരിക്കും.

5. സാമൂഹിക അകലം

ആശയവിനിമയത്തിൽ നമ്മോട് സംസാരിക്കുന്ന ആളുമായി സാഹചര്യത്തിന് യോജിക്കുന്ന സാമൂഹിക അകലം പാലിക്കേണ്ടതാണ്.



6. വസ്ത്രധാരണം

വസ്ത്രധാരണം ആശയവിനിമയസാഹചര്യങ്ങളെ മെച്ചപ്പെടുത്തുകയോ മോശമാക്കുകയോ ചെയ്യാറുണ്ട്. വസ്ത്രത്തിന്റെ നിറവും ആകൃതിയും ഇത്തരുണത്തിൽ പ്രധാനമാണ്. സാഹചര്യത്തിന് യോജിക്കുന്നതാവട്ടെ നമ്മുടെ വസ്ത്രധാരണം.

7. ഇരുപ്പ് നടപ്പ്

ഇരുപ്പിലും നടപ്പിലും പുലർത്തേണ്ട ശരീരഭാഷ നിയമങ്ങളുണ്ട്. അവ കൃത്യമായി പാലിക്കാൻ ഓരോരുത്തരും തയ്യാറാവേണ്ടതുണ്ട്.

8. ചിരി പുഞ്ചിരി

ശരീരഭാഷയിൽ ഏറ്റവും പ്രാധാന്യം അർഹിക്കുന്നവയാണ് ചിരിയും പുഞ്ചിരിയും. ചിരി ആശയവിനിമയത്തെ എപ്പോഴും ആകർഷകമാക്കുന്നു. എല്ലാ ആശയവിനിമയ സന്ദർഭത്തിലും പുഞ്ചിരി നമ്മുടെ കൂടെ ഉണ്ടാവട്ടെ.

ശരീരഭാഷ പരിശീലിക്കാൻ ലഭിക്കുന്ന ഓരോ അവസരവും പ്രയോജനപ്പെടുത്താൻ നാം മുന്നോട്ട് വരേണ്ടതുണ്ട്. അങ്ങനെ തെളിമയുള്ള ശരീരഭാഷ സ്വായത്തമാക്കാൻ എല്ലാവർക്കും സാധിക്കട്ടെ. ●



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര
അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com

ഓൺലൈൻ ബാങ്കിങ്

തത്സമയ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഒരു ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടിൽ നിന്ന് മറ്റൊന്നിലേക്ക് തൽക്ഷണം പണം കൈമാറാൻ യുപിഐ ഉപയോക്താക്കളെ അനുവദിക്കുന്നു. ബാങ്ക് അക്കൗണ്ട് വിശദാംശങ്ങളോ ബാങ്ക് കോഡുകളോ പോലുള്ള വിവരങ്ങൾ ഉപഭോക്താവ് പങ്കിടേണ്ടതില്ല. ഒരു ആപ്ലിക്കേഷനിൽ ഒരു വ്യക്തിക്ക് ഒന്നിലധികം ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടുകൾ ഉപയോഗിക്കാനും കഴിയും. എൻപിസിഐ 2016 ൽ ആരംഭിച്ച യുപിഐ ഇന്ത്യയിലെ മറ്റ് ഡിജിറ്റൽ പേയ്മെന്റുകളേക്കാൾ വേഗത്തിൽ വളർച്ച കൈവരിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. യുപിഐയും മറ്റ് ഡിജിറ്റൽ പേയ്മെന്റുകളും/ഇടപാടുകളും നടത്തുമ്പോൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട ചില സുരക്ഷാ നിർദ്ദേശങ്ങൾ.

കാർഡ് നമ്പർ, കാലാവധി അവസാനിക്കുന്ന തീയതി, യുപിഐ പിൻ, ഒടിപി എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്ന രഹസ്യവിവരങ്ങൾ ആരുമായും പങ്കിടരുത്. നിങ്ങളുടെ ബാങ്കിൽ നിന്നോ ഏതെങ്കിലും മൂന്നാം കക്ഷി മൊബൈൽ അപ്ലിക്കേഷനിൽ നിന്നോ ഔദ്യോഗിക പ്രതിനിധിയായി നടിക്കുന്ന ആരെങ്കിലും ഇത്തരം വിശദാംശങ്ങൾ നൽകാൻ നിങ്ങളോട് ആവശ്യപ്പെടുകയാണെങ്കിൽ, നിങ്ങൾക്ക് ഒരു ഔദ്യോഗിക ഇമെയിൽ അയയ്ക്കാൻ അവരോട് പറയുക. ബാങ്ക് അല്ലെങ്കിൽ മൂന്നാം കക്ഷി ആപ്ലിക്കേഷനുകളിൽ ഇതിനകം തന്നെ നിങ്ങളുടെ ഇമെയിൽ ഐഡി ഉള്ളതിനാൽ ഒരിയ്ക്കലും നിങ്ങളുടെ ഇമെയിൽ ഐഡി അവരുമായി പങ്കുവയ്ക്കരുത്.

നിങ്ങളുടെ ബാങ്കിന്റെ ഔദ്യോഗിക ഡൊമെയ്നിൽ നിന്നോ മൂന്നാം കക്ഷി ആപ്ലിക്കേഷനിൽ നിന്നോ ഉള്ള ഇമെയിലുകളോട് മാത്രം പ്രതികരിക്കുക. വിവിധ പേയ്മെന്റുകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ സ്പാം നമ്പറുകളെക്കുറിച്ച് മുന്നറിയിപ്പ് നൽകാറുണ്ട്. നിങ്ങൾക്ക് ഒരു അജ്ഞാത അക്കൗണ്ടിൽ നിന്ന് ഒരു പേയ്മെന്റ് അഭ്യർത്ഥന ലഭിക്കുകയാണെങ്കിൽ, സ്പാം മുന്നറിയിപ്പുകൾ ശ്രദ്ധിക്കുക.

സംശയാസ്പദമായ ഏതെങ്കിലും അക്കൗണ്ടുകൾ നിങ്ങൾ കണ്ടെത്തുകയാണെങ്കിൽ, അത് നിങ്ങളുടെ ബാങ്കിൽ റിപ്പോർട്ടുചെയ്യുകയും ആ അക്കൗണ്ടിനെ സ്പാം എന്ന് അടയാളപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുക. പ്രശസ്ത ഓൺലൈൻ വ്യാപാരികളിൽ നിന്നും വിപണന കേന്ദ്രങ്ങളിൽ നിന്നും എല്ലായ്പ്പോഴും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുക. വിശ്വസനീയമായ ഇ-കൊമേഴ്സ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലെ ഇടപാടുകൾ നിങ്ങളുടെ പേയ്മെന്റുകൾ സുരക്ഷിതമാണെന്ന് ഉറപ്പാക്കും.



മണിപ്പൂരിലെ സ്ത്രീ പോരാളികൾ

മണിപ്പൂർ ഗസറ്റയറിൽ 1786 മുതൽ തന്നെ തുറസ്സായ സ്ഥലങ്ങളിൽ സ്ത്രീകൾ കച്ചവടം ചെയ്തിരുന്നതായി രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. അയ്യായിരത്തോളം സ്ത്രീകൾ ഈ കെട്ടിടങ്ങളിൽ കച്ചവടം ചെയ്യുന്നുണ്ട്. ബാർഗെയിൻ ചെയ്യാൻ ഇവർക്ക് നല്ല കഴിവുണ്ട്. മണിപ്പൂരി സ്ത്രീകളുടെ പരമ്പരാഗത വസ്ത്രമായ ഫനെക്കും, ഇന്നഫിയും ധരിച്ചാണ് പലരും കച്ചവടത്തിനു വരുന്നത്.

അമ്മമാർക്കറ്റ്

'ചന്ത, ചന്ത, എനിക്കെന്നും കവിതയുടെ കളിയരങ്ങാണ്. ചന്തച്ചരക്കുകൾ, ചന്ത ബഹളം - ഓ എന്തു രസം ......'. ചന്തത്തിരക്കിൽ ജീവിത ചലനങ്ങളുടെ മൽസരത്തിമർപ്പുകണ്ട് മതി മറന്നു നിൽക്കുന്ന കവി പി കുഞ്ഞിരാമൻ നായർ, ഇതാണ് ലോകത്തിൽ വെച്ച് ഏറ്റവും വലിയ ലൈബ്രറി എന്നാണ് അങ്ങാടിയെ വിശേഷിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളത്.

അമ്മ മാർക്കറ്റിനെക്കുറിച്ച് ധനഞ്ചയ് പറഞ്ഞപ്പോൾ എന്റെ മനസ്സിലേക്ക് കയറി വന്നത് തുണി സഞ്ചി തൂക്കി നടന്നു പോകുന്ന പി യെ ആയിരുന്നു.

ഇന്ന് ഇതെഴുതുമ്പോൾ മറ്റൊരു അലച്ചിലിന്റെ കവി ലൂവി പീറ്റർ നമ്മെ വിട്ടു പിരിഞ്ഞു പോയിരിക്കുന്നു.

ഒരു വ്യവസായി ആയതു കൊണ്ട് എവിടെ ചെന്നാലും അവിടത്തെ മാർക്കറ്റ് സന്ദർശിക്കുക എന്നത് എന്റെ പതിവു പരിപാടിയാണ്. ഇന്ത്യയിൽ ശാസ്ത്രീയമായ രീതിയിൽ രൂപകല്പന ചെയ്ത അപൂർവ്വം മാർക്കറ്റുകളെയുള്ളു. അതിൽ രൂപകല്പനയുടെ കാര്യത്തിൽ മികച്ചു നിൽക്കുന്നത് ചാണ്ഡിഗഢ് മാർക്കറ്റ് തന്നെ.

ഇം ഫാലിലെ 'ഇമാ ചൈയ് തൽ' (അമ്മച്ചന്ത) ശ്രദ്ധേയമാകുന്നത് സ്ത്രീകളുടെ സാന്നിദ്ധ്യം കൊണ്ടാണ്. സ്ത്രീകൾ മാത്രം കച്ചവടം ചെയ്യുന്ന ഇത്രയും വലിയൊരു മാർക്കറ്റ് ലോകത്ത് മറ്റൊരിടത്തും ഇല്ല.





ഇംഫാലിലെ അമ്മമാർക്കറ്റ്

ഇവിടത്തെ 'ഇമാ കൈയ് തൽ' എന്നറിയപ്പെടുന്ന ചന്ത സ്ത്രീകരുത്തിന്റേയും, സംഘടനാ ശേഷിയുടെയും, സാമ്പത്തിക തൻപോരിമയുടെയും പര്യായമാണ്. ഇതിനെ അനുകരിച്ച് മണിപ്പൂരിലെ മറ്റു പട്ടണങ്ങളിലും സ്ത്രീകൾ മാത്രം കച്ചവടം ചെയ്യുന്ന ചന്തകൾ രൂപപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. നമ്മുടെ നാട്ടിലെ കുടുംബശ്രീ പ്രവർത്തകർ ഈ സ്ഥലം സന്ദർശിക്കേണ്ടതാണ്. സ്ത്രീകൾക്ക് എങ്ങിനെ സംരംഭകരാകാം എന്നതിന്റെ ഉദാഹരണമാണ് ഈ മാർക്കറ്റ്.

മണിപ്പൂരിനെക്കുറിച്ച് ഓർക്കുമ്പോൾ നമ്മുടെ മുന്നിൽ വരുന്നത് രണ്ടു സ്ത്രീകളുടെ പേരുകളാണ്. ഇവർ രണ്ടു പേരും പോരാളികളാണ്. ഇറോം ശർമിള രാഷ്ട്രീയത്തിലും, മേരി കോം സ്പോർട്സിലും പൊരുതിയാണ് മുന്നേറിയത്.

മണിപ്പൂരികൾ പണ്ടുമുതലേ പോരാളികളായിരുന്നു. പർവ്വതങ്ങളാൽ ചുറ്റപ്പെട്ട നാട്ടിൽ ധാരാളം ഗോത്ര വർഗ്ഗങ്ങൾ ഉണ്ട്. അവർക്ക് അവരുടെതായ നേതൃത്വവും. സമതലത്തിലുള്ളവരുമായി വനവാസികൾ എന്നും സംഘർഷത്തിലായിരുന്നു. 1891ൽ ബ്രിട്ടീഷുകാർ ഇംഫാലിനെ ആക്രമിച്ചപ്പോൾ പുരുഷന്മാർക്കൊപ്പം സ്ത്രീകളും ആയുധമെടുത്ത് പോരാടി എന്നാണ് പറയുന്നത്.

പണ്ടുകാലത്ത് സ്ത്രീകളുടെത് മാത്രമായ ഒരു ഭരണ സംവിധാനവും ഇവിടെ നിലനിന്നിരുന്നു.

മണിപ്പൂർ ഗസറ്റയറിൽ 1786 മുതൽ തന്നെ തുറസ്സായ സ്ഥലങ്ങളിൽ സ്ത്രീകൾ കച്ചവടം ചെയ്തിരുന്നതായി രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്.

നാലു മണിയോടെ ഞങ്ങൾ ഇമാം മാർക്കറ്റിലെത്തി. കൽക്കത്തയിലെ ന്യൂ മാർക്കറ്റിന്റെ ശൈലിയിലാണ് ഇവിടത്തെ കെട്ടിടങ്ങൾ രൂപകൽപ്പന ചെയ്തിട്ടുള്ളത്.

ഇമാമാർക്കറ്റ്, ലക്ഷ്മി ബസാർ, ലിൻ തോയി അബി ബസാർ എന്നിങ്ങനെ മൂന്നു കെട്ടിടങ്ങൾ ചേർന്ന ഒരു സമുച്ചയമാണ് 'ക്വായിരം ബദ് ബസാർ' എന്നു വിളിക്കുന്ന ഈ ചതുരത്തിൽ ഉള്ളത്. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി കുറച്ചു മാറി മറ്റൊരു കെട്ടിടം കൂടി ഉണ്ട്.

കെട്ടിടത്തിന്റെ പുറത്തും ധാരാളം സ്ത്രീകൾ കച്ചവടം ചെയ്യുന്നു. അകത്ത് സ്ഥലം കിട്ടാത്തവരാണ് ഇവർ. ഉണക്കമീൻ മുതൽ കത്തി, വെട്ടുകത്തി വരെ ഇവർ വിൽക്കുന്നുണ്ട്. മണിപ്പൂരി സ്ത്രീകളുടെ പരമ്പരാഗത വസ്ത്രമായ ഫനെക്കും, ഇന്നഫിയും ധരിച്ചാണ് പലരും കച്ചവടത്തിനു വരുന്നത്. ചിലർ സാരിയും, അപൂർവ്വം ചിലർ ചുരിദാറും ധരിച്ചിട്ടുണ്ട്. എല്ലാവരുടെ നെറ്റിയിലും കുങ്കുമവും ചന്ദനവും തേച്ചിട്ടുണ്ട്. മിക്കവരും മധ്യവയസ്സിനു മുകളിലുള്ളവർ. ചെറുപ്പക്കാരികൾ ഇല്ലെന്നു തന്നെ പറയാം.

സ്ത്രീകളുടെ മുഖത്ത് നല്ല ആത്മവിശ്വാസം പ്രകടമായിരുന്നു. ബാർഗെയിൻ ചെയ്യാൻ ഇവർക്ക് നല്ല കഴിവുണ്ട്. അയ്യായിരത്തോളം സ്ത്രീകൾ ഈ കെട്ടിടങ്ങളിൽ കച്ചവടം ചെയ്യുന്നുണ്ടെന്ന് ഒരു കച്ചവടക്കാരി പറഞ്ഞു.

> നിത്യജീവിതത്തിന് ആവശ്യമായ എന്തും ഈ മാർക്കറ്റിൽ കിട്ടും. അടുക്കള സാമഗ്രികൾ, ആഭരണം, തുണി, ഇറച്ചി, മീൻ, പൂക്കൾ ഇങ്ങനെ എന്തും ഇവിടെ കിട്ടും. ജാതി മത ഭേദമില്ലാതെ ആർക്കും ഇവിടെ കച്ചവടം ചെയ്യാം. സ്ത്രീയായിരിക്കണം എന്ന ഒറ്റ നിബന്ധനയേയുള്ളൂ.

തറ നിരപ്പിൽ നിന്ന് നാലടിയോളം ഉയരത്തിലാണ് കെട്ടിടം സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നത്. ധാരാളം ചവിട്ടുപടികൾ കയറി വേണം മുകളിലെത്താൻ. ഞങ്ങൾ ആ കെട്ടിടത്തിലാകെ ചുറ്റിക്കറങ്ങി. മേശകൾക്കു മുകളിലാണ് വിൽപ്പനച്ചരക്കുകൾ പ്രദർശിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത്. കച്ചവട സ്ഥലങ്ങളെ ചുമരുകളൊമറ്റോ ഉപയോഗിച്ച് മറച്ചിട്ടില്ല. അതിനാൽ തന്നെ ഇവ അടച്ചു പൂട്ടിവെക്കാൻ ഷട്ടറുകളും ഇല്ല. മേശകൾക്കു താഴെ സൂക്ഷിച്ചിട്ടുള്ള വലിയ പെട്ടികളിലാണ് (ട്രങ്ക്) ഇവർ ഉരുപ്പടികൾ രാത്രി പൂട്ടി വെക്കുന്നത്. എല്ലാ കെട്ടിടങ്ങളിലും ദേവി ദേവന്മാരുടെ ശില്പങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. അതിൽ ചന്ദനത്തിരികൾ പുകയുന്നുണ്ട്. ധാരാളം പൂക്കളും ഇവിടെ അർപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇതിന്റെ സുഗന്ധം





കച്ചവടത്തിനു വരുന്നവരെ സന്തോഷിപ്പിക്കുന്നു;

ഞങ്ങൾ ഒരു വിൽപ്പനക്കാരിയുടെ അടുത്തുചെന്നു. മാലകൾ, വളകൾ, സുഗന്ധ ലേപനങ്ങൾ ഇങ്ങനെ ഓരോ സ്ത്രീയും അവളെ പൂർണ്ണയാക്കാൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് അവൾ വിൽക്കുന്നത്.

നമ്മുടെ നാട്ടിൽ പണ്ട് ഓണത്തിന് തുണികൊണ്ടുണ്ടാക്കുന്ന സഞ്ചികൾ സമ്മാനമായി കൊടുക്കുമായിരുന്നു. കുന്നംകുളം, പൊന്നാനി, ഗുരുവായൂർ തുടങ്ങിയ ഇടങ്ങളിലാണ് ഇത് കണ്ടിട്ടുള്ളത്. തുണിയുടെ വെട്ടു കഷ്ണങ്ങൾ മനോഹരമായി തുന്നിചേർത്താണ് ഈ കുട്ടി സഞ്ചികൾ നിർമ്മിച്ചിരുന്നത്. ഇത്തരം കുട്ടി സഞ്ചികളുടെ കുറച്ചു കൂടി വലിയരൂപത്തിൽ ധാരാളം മുത്തുകളും തൊങ്ങലുകളും ചേർത്തു നിർമ്മിക്കുന്ന തുണി സഞ്ചികളിലാണ് ഇവിടെ വിവാഹ സമ്മാനം വധുവിന് നൽകുക. ഇത്തരം സഞ്ചികൾ എല്ലാ കടകളിലും തൂങ്ങി കിടക്കുന്നതു കാണാം. ഞങ്ങൾ ഇത്തരം കുറച്ച് തുണിക്കൂടകൾ വാങ്ങി.

നിത്യജീവിതത്തിന് ആവശ്യമായ എന്തും ഈ മാർക്കറ്റിൽ കിട്ടും. അടുക്കള സാമഗ്രികൾ, ആഭരണം, തുണി, ഇറച്ചി, മീൻ, പൂക്കൾ ഇങ്ങനെ എന്തും ഇവിടെ കിട്ടും. ജാതി മത ഭേദമില്ലാതെ ആർക്കും ഇവിടെ കച്ചവടം ചെയ്യാം. സ്ത്രീയായിരിക്കണം എന്ന ഒറ്റ നിബന്ധനയേയുള്ളു എന്നാണ് പറയുന്നത്. എന്നാൽ ജനസംഖ്യയിൽ 35 ശതമാനം വരുന്ന നാഗന്മാരെ ഇവർ അടുപ്പിക്കാറില്ല എന്നും പരാതിയുണ്ട്. സമതലത്തിലെ താമസക്കാരായ 'മേത്തി'കളാണ് ഈ മാർക്കറ്റ് നിയന്ത്രിക്കുന്നത്. മാർക്കറ്റു മുഴുവൻ പരതിയിട്ടും ഒറ്റ മാനികീനിനെയും പ്രദർശിപ്പിച്ചതായി കണ്ടില്ല,

തങ്ങൾക്കും ഇവിടെ കച്ചവടം ചെയ്യാനുള്ള ഇടം വേണം എന്നു പറഞ്ഞ് പുരുഷന്മാർ ഇവിടെ പല പ്രാവശ്യം സമരം സംഘടിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. 1948 മുതൽ 1958 വരെ വളരെ ശക്തമായ സമരമാണ് നടന്നത്. എന്നാൽ സ്ത്രീകൾ സമരത്തിനെതിരെ ശക്തമായി പോരാടി വിജയം വരിച്ചു. 'ന്യൂഹിലാൻ' എന്നാണ് ഈ സമരം അറിയപ്പെടുന്നത്. പണ്ട് ബ്രിട്ടീഷുകാർ പുരുഷന്മാരെ അറസ്റ്റ് ചെയ്തു കൊണ്ടു പോയപ്പോഴാണ് സ്ത്രീകൾ നിലനിൽപ്പിനായി കച്ചവട രംഗത്തേക്ക് ഇറങ്ങിയത്. അന്ന് അവർ പ്രകടിപ്പിച്ച പോരാട്ട വീര്യം ഇപ്പോഴും തുടരുന്നു.

ഇഷ്ടമുള്ള ജീവിതം നയിക്കാനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം മണിപ്പൂരിലെ സ്ത്രീകൾക്കുണ്ട്. ഇന്ത്യയിൽ സ്ത്രീ ശാക്തീകരണം നടപ്പാക്കിയ ആദ്യ സംസ്ഥാനമാണ് മണിപ്പൂർ.

സന്ധ്യയുടെ തുടിപ്പുകൾക്ക് ഇനിയും സമയമുണ്ടെങ്കിലും നിലാവില്ലാത്ത ആ ദിവസം ഇരുണ്ട രാത്രി കടന്നു വരാൻ തുടങ്ങി. കച്ചവടക്കാരികൾ തങ്ങളുടെ ഇരിപ്പിടത്തിന്റെ അടിയിൽ സൂക്ഷിച്ചിട്ടുള്ള ട്രങ്ക്പെട്ടികളിൽ സാധനങ്ങൾ അടുക്കിവെക്കാനുള്ള തത്രപ്പാടിലാണ്. തങ്ങളുടെ ഇന്നത്തെ കച്ചവടം അവസാനിപ്പിക്കാനുള്ള തിരക്കിലാണവർ.

ഇതിനിടയിൽ ഷോൾ വിൽക്കുന്ന ഒരു യുവതിയുമായി ധനഞ്ജയ് തർക്കത്തിലായി. ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ക്വാളിറ്റിയെക്കുറിച്ച് പറഞ്ഞ് അവർ തെറ്റി. ഉള്ളിലെ ദേഷ്യത്തിന്റെ കെട്ടഴിച്ചതുപോലെ ക്രോധത്തോടെ കീഴ് ചുണ്ട് കടിച്ചവൾ വഴങ്ങാതെ നിന്നു. ആ ശുണ്ഠി അവൾക്ക് ഒട്ടും ഇണങ്ങുന്നുണ്ടായിരുന്നില്ല. ഇളം ചുവപ്പുള്ള അവളുടെ മുഖത്തിന് അപ്പോൾ ചെഞ്ചോരച്ചുവപ്പായിരുന്നു. എന്തായാലും തൊട്ടടുത്ത കടയിലെ സ്ത്രീകൾ ഇടപെട്ട് പ്രശ്നം പറഞ്ഞു തീർത്തു. തങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളെ ഇവിടെ നിന്നും അകറ്റാതിരിക്കാൻ ഇവർ എപ്പോഴും ശ്രദ്ധിക്കുന്നുണ്ട്. എന്തായാലും ഞങ്ങൾ അവളുടെ കടയിൽ നിന്ന് കുറച്ച് ഷോളുകൾ വാങ്ങി. ●

(തുടരും)



ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com

പരസ്യങ്ങൾ വിലയിരുത്തുവാൻ വായനക്കാർക്കും അവസരം



അഭിപ്രായങ്ങൾ എഴുതിയോ ഓഡിയോ ക്ലിപ്പായോ അയച്ചു തരാവുന്നതാണ്

പരസ്യങ്ങൾ വിലയിരുത്തുവാൻ വായനക്കാർക്ക് അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നു.

നിങ്ങൾക്ക് ഇഷ്ടപ്പെട്ടതോ ഇഷ്ടപ്പെടാത്തതോ ആയ പരസ്യങ്ങളെപ്പറ്റിയുള്ള നിങ്ങളുടെ അഭിപ്രായങ്ങൾ ആഡ്കോമിലൂടെ പ്രകാശിപ്പിക്കാം.

നല്ല പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്തവർക്ക് അതൊരു പ്രോൽസാഹനവും അല്ലാത്തവർക്ക് തിരുത്തുവാനും കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെടുവാനുമുള്ള വെല്ലുവിളിയുമാകട്ടെ.

ഇഷ്ടപ്പെട്ടത് അല്ലെങ്കിൽ ഇഷ്ടപ്പെടാത്തത് എന്തുകൊണ്ടാണെന്നു പറയുവാൻ കഴിയുമെങ്കിൽ നല്ലത്. നിങ്ങൾക്ക് ശ്രദ്ധേയമായി തോന്നിയ പരസ്യങ്ങളുടെ ഒരു ഫോട്ടോയോ യുട്യൂബ് ലിങ്കോ എടുത്ത് വാട്സ്ആപ്പിലോ ഇമെയിലിലോ അയച്ചു തരിക.

'ആഡ്കോം അവാർഡ്' ന്
പരസ്യങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുമ്പോൾ
ഈ അഭിപ്രായങ്ങളും പരിഗണിക്കുന്നതാണ്.

Email: effectiveadcom@gmail.com

Whatsapp: 98460 57461

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം **EFFECTIVE ADCOM**

മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക

Admn. office: Effective Publications, Mughal Palace Building, Collectorate P.O. Kottayam - 686 002, Kerala, India



ചെറുകിടക്കാരെ പിഴിയുന്ന വമ്പന്മാർ

Title painting: Nisha Cleetus Anil, Aluva

പത്ര ദൃശ്യ ശ്രവ്യ മാധ്യമങ്ങളിലും കൂടാതെ ഇവന്റ്സ്, ഔട്ട് ഡോർ പബ്ലിസിറ്റി എന്നിവയിലൂടെയും നല്ല രീതിയിൽ നടന്നു പോന്നിരുന്ന പരസ്യ പ്രവർത്തനങ്ങൾ എല്ലാം ഇല്ലാതായി. ഇനി ഒരു തിരിച്ച് വരവുണ്ടായാൽ നാം ഒത്തൊരുമിച്ച് പ്രവർത്തിച്ചില്ലെങ്കിൽ എന്താകുമെന്ന് ചിന്തിക്കുമ്പോഴാണ് സങ്കടപ്പെടുത്തിയ ഒരു പാട് സംഘടനകളെകുറിച്ച് ഓർത്ത് പോകുന്നത്.

ആടിയുലയുന്ന അസോസിയേഷനുകളുടെ കാലം. തെറ്റിദ്ധരിക്കപ്പെട്ട ജന്മങ്ങളുടെ ലോകം. സങ്കടപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു പിടി സംഘടനകളും, അസോസിയേഷനുകളും, അവരെക്കുറിച്ചുള്ള വാർത്തകളുമാണ്, നാടെങ്ങും.

പല സർക്കാർ ഉദ്യോഗസ്ഥർക്കും ഉദ്യോഗമൊരു സർക്കസ്സാണിന്ന്. സ്വകാര്യ മേഖലയിലായാലും തഥൈവ. ചെറുകിട പരസ്യ ഏജൻസികളുടെ അവസ്ഥയും ഇതു തന്നെയാണ്. എന്നാൽ അവരെ നയിക്കുന്ന പരസ്യ ഏജൻസി അസോസിയേഷൻസിന്റെ സ്ഥിതി മറ്റൊന്നാണ്. നേതൃനിരയുടെ തന്ത്രങ്ങൾ പലപ്പോഴും അസ്ഥാനത്തായിരിക്കും.

സർക്കാർ ഉദ്യോഗസ്ഥരിലും പ്രയാസപ്പെടുന്നവർ ഒരു പാട് പേരുണ്ടിവിടെ. ഒപ്പം സ്വകാര്യ മേഖലയിലെ ജീവനക്കാരും അതിലേറെ കഷ്ടതയിലുമാണിന്ന്.

കാരണം, പല കമ്പനികളുടെയും തലവന്മാരുടെ പിടിപ്പ് കേട് തന്നെ. ജോലിക്കാരെ വഴി തെറ്റിക്കുന്ന, പല വിധത്തിലും അവരെയെല്ലാം ഒരു തരത്തിലല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരു തരത്തിൽ സങ്കടപ്പെടുത്തുന്ന, സംഘടനകളും കമ്മറ്റികളും ഒരു പാട് ഉണ്ടിവിടെ. അതാണ് നാം എങ്ങുമെത്താത്തതിന്റെ കാരണങ്ങളും. അതൊന്നും കാണാത്തതു കൊണ്ടും, മനസ്സിലാക്കാത്തതു കൊണ്ടുമാണ് എല്ലാവരെയും ഒപ്പം ഒരു തുലാസിൽ ഇരുത്തി തൂക്കം നോക്കി, ഇവിടെ ചില ചർച്ചകൾ ചിലർ കാട് കയറ്റിയിരുന്നതും. 30 – 40 വർഷക്കാലം കേരളത്തിലെ വിവിധയിടങ്ങളിലേക്ക് എടുത്തെറിഞ്ഞ് വാടക വീടുകളിൽ എന്നും കാലം കഴിച്ച്, മക്കൾക്കായി പോലും ഒരു വീട് പണിയാൻ കഴിയാത്ത, സർക്കാർ ജോലിക്കാരും ധാരാളമുള്ള നാടാണിത്. അതുപോലെ തന്നെയാണ് സ്വകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിലും. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ചർച്ചകൾക്കൊന്നും ഇവിടെ ഒരു പ്രസക്തിയുമില്ല. ഈ ചുരുങ്ങിയ കാലഘട്ടങ്ങളിലെല്ലാം തന്നെ

സർക്കാർ ജോലിക്കാർ അധികപേരും കുടുംബത്തോടൊപ്പം കഴിയാൻ സാധിക്കാത്തവരുമാണ്. ജീവിതത്തിന്റെ രണ്ടറ്റം മുട്ടിക്കാൻ ഭാര്യയും ഭർത്താവും ജോലി ചെയ്യുന്ന കാഴ്ചയാണ് നമ്മുടെ നാട്ടിലെങ്ങും. ഭാര്യ കോഴിക്കോടും, ഭർത്താവ് തിരുവനന്തപുരത്തും ജോലി ചെയ്യുന്ന കാഴ്ചകൾ. ഈ വക അനുഭവങ്ങൾ ഇന്ന് ഏറെയാണിവിടെ മക്കളാണെങ്കിൽ പലയിടങ്ങളിലുമായിരിക്കും. 40 വർഷത്തെ ജോലിതിരക്കിനിടയിൽ ഇവർ 4 വർഷം പോലും കുടുംബവുമായി ഒന്നിച്ച് ജീവിച്ച് കാണില്ലെന്ന സത്യം എത്ര പേർക്കറിയാം.

മൂന്ന് മക്കളുണ്ടെങ്കിൽ അവർക്ക് വേണ്ടി ലോൺ എടുത്തും തിരിച്ചടച്ചും കഷ്ടപ്പെട്ടും പഠിപ്പിക്കുന്നത് മൂന്ന് ഇടങ്ങളിലായിരിക്കും. അത് കഴിഞ്ഞ് അവർക്ക് അനുയോജ്യമായ ഒരു ജോലി തരപ്പെടുത്താനായി വിദേശത്തേക്ക് തന്നെ അയക്കണം. എവിടെയെങ്കിലും പോയവർ ഇപ്പോൾ അവിടെ ആണെങ്കിൽ കൊറോണയിൽ കുടുങ്ങി കിടക്കുന്നുമുണ്ടാകും. ഇവിടെ നിർത്തിയാൽ എവിടെയാണ് മക്കൾക്ക് അനുയോജ്യമായ ഒരു ജോലി ലഭിക്കുക. ഈ വക പരിതസ്ഥിതികൾ എല്ലാവരെയും ബാധിച്ചിരിക്കുകയാണ്. ഇപ്പോഴാണെങ്കിൽ ഏറെ കൂടുതലും. പുറത്ത് ജോലി ചെയ്ത് ജീവിക്കുന്ന, ഇവരുടെ മക്കൾ പിന്നീട് ഒരിക്കൽ, അവർ ഈ മാതാപിതാക്കളെ ഒന്ന് കാണാൻ വരുന്നത് മരിച്ച്, ഭൗതീക ശരീരം ഫ്രീസറിൽ വെപ്പിച്ചായിരിക്കും.

അവർ, അവർക്കായി എങ്ങിനെയെങ്കിലും ഒരു ചെറുവീട് പണിയും. ഈ അഛനും അമ്മക്കുമായി ഒരു വീട് പണിയാൻ അവർക്കാവില്ല. മാതാപിതാക്കൾ എന്നും ഒരു കൂരയിൽ തന്നെയായിരിക്കും. ഉദ്യോഗസ്ഥന്മാരുടെ കഷ്ട്ടപ്പാടുകളെ ചൊല്ലി മറ്റൊരു മറുപുറം ഇതിനിടയിൽ ചേർത്ത് വായിക്കുമ്പോൾ, ചിന്തിക്കേണ്ടത് ഇതാണ്.

മറ്റു ചില ഉദ്യോഗസ്ഥർ ചെറു ജോലി വക ലഭിക്കുന്നതിൽ നിന്ന് എന്തെങ്കിലും മിച്ചം പിടിക്കുന്നതിനായി ജോലി സ്ഥലത്തെ വൻ വാടക തുക ഒഴിവാക്കാൻ രണ്ട് നേരവും മൂന്നും മൂന്നും ആറ് തവണ ബസ്സും കയറിയും, രണ്ട് തവണ ട്രെയിനിൽ കയറി കൂടിയും എറണാകുളം ജില്ലയിലെ ഉൾപ്രദേശത്ത് നിന്ന് തൃശൂരിലെ ഒരു ഉപജില്ലയിലേക്ക് ജോലിക്ക് പോകുന്നവരെയും ഞാൻ ഒരു പാട് തവണ കണ്ടിട്ടുണ്ട്.

അവരോടൊപ്പം, 25 വർഷത്തെ പ്രവാസ ജീവിതത്തിന് ശേഷം രണ്ട് വർഷത്തോളം ഇവിടെയൊന്ന് കാലുറപ്പിക്കാൻ സ്വന്തം നാട്ടിൽ നിൽക്കാൻ ഞാനും വീട്ടിൽ നിന്ന് ആലുവ യു. സി കോളേജ് വരെ നടന്ന് വന്ന് ബസ്സ് കയറി തൃശ്ശൂർ വരെ യാത്ര ചെയ്ത് വീണ്ടും നാല് കിലോമീറ്റർ നടന്ന് തൃശ്ശൂരിലുള്ള സ്വന്തം ഓഫീസിൽ ഇടക്കിടെ പോയിട്ടുണ്ട്.

പരസ്യ കമ്പനിക്കാരനായ എന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ അന്ന് കേരളമെമ്പാടും വ്യാപിപ്പിക്കാനായെങ്കിലും തൃശ്ശൂർ, ആലുവ, എറണാകുളം എന്നിവിടങ്ങളിലെ ഓഫീസിലും മറ്റുമായാണ് ഞാനപ്പോൾ കൂടുതൽ കാര്യങ്ങളുമായി പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നത്.

ഒരു പാട് സാധ്യതകൾ നില നിന്നിരുന്ന ഈ മേഖലയിൽ ഉണ്ടായിരുന്ന പരസ്യ ഏജൻസി അസോസിയേഷനുകൾ സഹകരിക്കാതെ ഒരുപാട് സങ്കടപ്പെടുത്തിയ കാലഘട്ടമായിരുന്നു അന്ന് കടന്ന് പോയതത്രയും.

അങ്ങിനെ ഒരു കാലം ഇനിയും വരാതിരിക്കാൻ നാം ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്. വരും ഭാവിയിൽ അങ്ങിനെ ഒരു അവസ്ഥ ഇനിയും ഒരുക്കരുതാരും. പരസ്യ മേഖലയിലെ ഉന്നത നിലവാരങ്ങൾ ഇല്ലാതാക്കി, എല്ലാം കൈവിട്ട് പോയിരുന്ന ഒരു കാലമായിരുന്നു അന്ന് നമ്മിലൂടെ കടന്ന് പോയതത്രയും.

പത്ര ദൃശ്യ ശ്രവ്യ മാധ്യമങ്ങളിലും കൂടാതെ ഇവന്റ്സ്, ഔട്ട് ഡോർ പബ്ലിസിറ്റി എന്നിവയിലൂടെയും നല്ല രീതിയിൽ നടന്നു പോന്നിരുന്ന പരസ്യ പ്രവർത്തനങ്ങൾ എല്ലാം ഇല്ലാതായി. ഇനി ഒരു തിരിച്ച് വരവുണ്ടായാൽ നാം ഒത്തൊരുമിച്ച് പ്രവർത്തിച്ചില്ലെങ്കിൽ എന്താകുമെന്ന് ചിന്തിക്കുമ്പോഴാണ് സങ്കടപ്പെടുത്തിയ ഒരു പാട് സംഘടനകളെകുറിച്ച് ഇങ്ങനെ ഓർത്ത് പോകുന്നതും.

പേരും പ്രശസ്തിയും പെരുമയും മാത്രം നോക്കി അച്ചടിയിൽ, ഗുണമേന്മയിൽ, പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിൽ, ഒരു നിലവാരവും പുലർത്താത്ത എല്ലാം ആഴ്ച്ചപ്പതിപ്പുകളും വഴി നൽകുന്ന തരം താഴ്ന്ന പരസ്യ പ്രചരണങ്ങൾ ഒഴിവാക്കി, വരും കാലങ്ങളിൽ നാം നമ്മുടെ പരസ്യ കമ്പനികൾ ഒന്നിച്ച് നിന്ന് അച്ചടിയിലും മറ്റും നിലവാരം പുലർത്തുന്ന പ്രതിബദ്ധതയുള്ള നമ്മുടെയൊക്കെ കൂട്ടായ്മയിൽ പിറക്കുന്ന മാഗസിനുകളിൽ പരസ്യങ്ങൾ നൽകി അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസീസ് അസോസിയേഷന്റെ കഴിവുകൾ വരും ഭാവിയിൽ കൂട്ടായ്മയോടെ തെളിയിക്കപ്പെടേണ്ടതാണ്.

ഇവിടെ നിന്ന് നമുക്ക് ലഭ്യമാക്കാവുന്ന പരസ്യ ചിത്രങ്ങളും പരസ്യ പ്രചരണങ്ങളും വിളമ്പരങ്ങളും നമുക്ക് നഷ്ടപ്പെട്ടതും, അത് ഉത്തരേന്ത്യൻ കമ്പനികൾ കൊണ്ട് പോയതും അവരെ ഇവിടത്തെ പല വലിയ കമ്പനികൾക്ക് ആശ്രയിക്കേണ്ടി വന്നതും നമ്മിൽ സഹകരണമില്ലാത്തതു കൊണ്ടായിരുന്നുവെന്നത് ഓർമ്മപ്പെടുത്തിയാൽ എത്ര പേർ ആ സത്യം അംഗീകരിക്കുമെന്ന് അറിയില്ല. പലർക്കും പലതും നഷ്ടമായതും കൂട്ടായ്മയുടെ കുറവ് തന്നെയായിരുന്നു. അതിനെല്ലാം കാരണം നമ്മെ സങ്കടപ്പെടുത്തിയ സംഘടനാ നേതൃത്വങ്ങളായിരുന്നെന്ന് തോന്നുന്നതിൽ തെറ്റുണ്ടെന്നും എനിക്ക് തോന്നുന്നില്ല. പരസ്യ ഏജൻസി അസ്സോസിയേഷൻ ചെറുകിട ഏജൻസികൾക്ക് ഒരു ഗുണവും ചെയ്തില്ലെന്ന് മാത്രമല്ല, ഭിന്നിച്ച് നിന്നും നേതൃത്വം കളിച്ചും ആടിയുലഞ്ഞും പലർക്കും ഉപകാരമില്ലാതാവുകയായിരുന്നു.

വരും ഭാവിയിൽ, ഈ കൊറോണ കാലം നാം ഒന്ന് അതിജീവിച്ചാൽ, പഴയതിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്ഥമായി നാം ഒരൊറ്റ മനസ്സോടെ ഒത്തൊരുമിച്ച് പ്രവർത്തിക്കേണ്ടത് അനിവാര്യമാണ്. അല്ലാത്ത പക്ഷം നമ്മളിൽ നിന്ന് പ്രത്യേകിച്ച് കേരളത്തിലെ പരസ്യ മേഖലയിൽ നിന്ന്, മറ്റു മറുനാടൻ കമ്പനികളുടെ പിടിയിലേക്ക് പലരും അകപ്പെട്ടു പോകുമെന്ന കാര്യത്തിൽ നാം സംശയിക്കേണ്ടതില്ല.

എല്ലാവരെയും ഒപ്പം നിർത്തി മറ്റുള്ളവർക്ക് കൂടി എന്തെങ്കിലും ലഭ്യമാകുന്ന രീതിയിൽ പ്രവർത്തിക്കാതെ വന്നാൽ, എനിക്ക് കിട്ടിയില്ലെങ്കിലും അവന് കിട്ടരുതെന്ന ചിന്താഗതിയുണ്ടായാൽ, എല്ലാം നഷ്ടപ്പെടുന്നതിനോടൊപ്പം പലരും വീണ്ടും പട്ടിണിയിൽ അകപ്പെടുമെന്ന കാര്യം നാം ഓരോരുത്തരും ഓർത്തിരിക്കേണ്ടതാണ്.

ജനം ഒരു പോലെ അല്ലെന്നും അവർക്കും നമ്മോടൊപ്പം ജീവിക്കണമെന്നും നാം കരുതണം. ഒപ്പം എല്ലാവരെയും ഒരു

തുലാസിൽ തൂക്കാതിരിക്കുകയും വേണം. ഇനി നാം ഉണർന്ന് ഒന്നിച്ച് നിന്ന് പ്രവർത്തിച്ചാലെ നമുക്ക് ഇവിടെ പിടിച്ച് നിൽക്കാൻ സാധിക്കൂ. ഇവിടത്തെ മുഴുവൻ പരസ്യ കമ്പനികളും ഒന്നിച്ച് നിന്ന് പ്രവർത്തിക്കുമെന്ന പ്രത്യാശയോടെയാണ് പലരും.ഈ കോവിഡ് കാലം കഴിഞ്ഞാൽ അഡ്വർടൈസിങ്ങ് ഏജൻസീസ് അസ്സോസിയേഷൻ ഏറെ മുന്നേറേണ്ടതുണ്ട്.

അത് തന്നെയായിരിക്കും ഇനി നമുക്ക് പിടിച്ച് നിൽക്കാനുള്ള ഒരു പ്രതിവിധിയും. പേരും പ്രശസ്തിയും പെരുമയും മാത്രം നോക്കി അച്ചടിയിൽ, ഗുണമേന്മയിൽ, പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിൽ, ഒരു നിലവാരവും പുലർത്താത്ത എല്ലാം ആഴ്ച്ചപ്പതിപ്പുകളും വഴി നൽകുന്ന തരം താഴ്ന്ന പരസ്യ പ്രചരണങ്ങൾ ഒഴിവാക്കി, വരും കാലങ്ങളിൽ നാം നമ്മുടെ പരസ്യ കമ്പനികൾ ഒന്നിച്ച് നിന്ന് അച്ചടിയിലും മറ്റും നിലവാരം പുലർത്തുന്ന പ്രതിബദ്ധതയുള്ള നമ്മുടെയൊക്കെ കൂട്ടായ്മയിൽ പിറക്കുന്ന മാഗസിനുകളിൽ പരസ്യങ്ങൾ നൽകി അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസീസ് അസോസിയേഷന്റെ കഴിവുകൾ വരും ഭാവിയിൽ കൂട്ടായ്മയോടെ തെളിയിക്കപ്പെടേണ്ടതാണ്.

എല്ലാവരും ഏറെ ശ്രദ്ധിച്ച ഒരു പരസ്യ വാചകം തന്നെയായിരുന്നു 'പാദങ്ങൾക്കുമുണ്ട് മോഹങ്ങൾ' സത്യമാണത്. ഈ കൊറോണക്കിടയിൽ നമ്മുടെയൊക്കെ പാദങ്ങൾക്കുമുണ്ട് ഏറെ മോഹങ്ങൾ. നല്ല ഒരു ചെരിപ്പ് ഇടാൻ മോഹം. ഷൂ ധരിക്കാൻ മോഹം. ഒന്ന് നടക്കാൻ കാലിന് മോഹം. ഓടി ചാടി ഒന്ന് കളിക്കാൻ മോഹം. കുറെ ദൂരം കാർ ഓടിക്കാനും പാദങ്ങൾക്ക് മോഹം. എത്രയെത്ര മോഹങ്ങൾക്ക് കടിഞ്ഞാൺ ഇട്ടാണ് വെറും കാലുമായി നാം ഇന്ന് വീട്ടിൽ ഇരിക്കുന്നതും. ഈ അവസരത്തിൽ ഒരു പാട്, ഒരു പാട് ചിന്തിക്കാനുള്ളതും ഇടക്കിടെ നമ്മെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്നതുമാണ് ലൂണാറിന്റെ ഈ പരസ്യ വാചകം.

നമ്മുടെ ഭാവി പ്രവർത്തനങ്ങൾ പഴയതിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമായി വളരെയേറെ ഉന്നത നിലവാരം പുലർത്തേണ്ടകാലമാണ് വരാൻ പോകുന്നതും. അതിന് ഏറെ കഴിവുള്ളവരാണ് നേതൃനിരയിൽ ഉണ്ടായിരുന്നതും. ഇന്ന് ഉള്ളതും. അത് ഇനി നാം ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയാലെ നമുക്ക് ഇവിടെ, ഈ മേഖലയിൽ, ഇത്തരുണത്തിൽ, പിടിച്ച് നിൽക്കാനാകൂ. ഒപ്പം ചെറുകിട ഏജൻസികളെ ചേർത്ത് നിർത്തി ഒത്തൊരുമിച്ച് പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതും അനിവാര്യമാണ്. അത് എല്ലാവർക്കും ബിസിനസ് ലഭ്യമാക്കാൻ അവസരമൊരുക്കും. കൂടുതൽ പരസ്യ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മുഴുകാനും ഈ വക കൂട്ടായ്മ കൊണ്ട് നമുക്ക് സാധിക്കും.

ഈ കോവിഡ് കാലത്തും എല്ലാവരുടെയും മനസ്സിലും കുറെ മോഹങ്ങൾ ബാക്കിയുണ്ടാകും. ഒട്ടും നിരാശപ്പെടാതെ എല്ലാവിധത്തിലും മോഹങ്ങൾ പൂവണിയിക്കാൻ നാം ശക്തരാകേണ്ടതുണ്ട്. അതിജീവനത്തിന്റെ പാതയിലോട്ട് നാം എത്തിപ്പെടേണ്ടതുണ്ട്. പലരും ഇനി എന്ത് എങ്ങിനെ, എപ്പോൾ, എന്നൊക്കെ, ചിന്തിക്കുമ്പോഴാണ് ലൂണാർ ചെരുപ്പിന്റെ ഒരു പരസ്യ വാചകം ഇപ്പോൾ ബലവത്താകുന്നതും.

ലൂണാർ എം.ഡി ശ്രീ. ജൂബി ഐസക്ക് ഒരിക്കൽ പരസ്യ ചിത്ര നിർമ്മാണവുമായി എന്നോട് ഒന്ന് ചർച്ച ചെയ്തെങ്കിലും മറ്റൊരാൾ ഉണ്ടാക്കിയ ആ പരസ്യവാചകം കേട്ടപ്പോൾ എനിക്ക് അത്രക്കങ്ങ് ഇഷ്ടപ്പെട്ടില്ലായിരുന്നു. എന്നാൽ ആ പരസ്യ വാചകം പലതവണ കേട്ടപ്പോഴും പ്രത്യേകിച്ച് ഇപ്പോൾ വീണ്ടും, വീണ്ടും കേൾക്കുമ്പോഴുമാണ് അതിന്റെ പ്രസക്തി മനസ്സിലാകുന്നതും. എല്ലാവരും ഏറെ ശ്രദ്ധിച്ച ഒരു പരസ്യവാചകം തന്നെയായിരുന്നു 'പാദങ്ങൾക്കുമുണ്ട് മോഹങ്ങൾ' സത്യമാണത്. ഈ കൊറോണക്കിടയിൽ നമ്മുടെയൊക്കെ പാദങ്ങൾക്കുമുണ്ട് ഏറെ മോഹങ്ങൾ. നല്ല ഒരു ചെരിപ്പ് ഇടാൻ മോഹം. ഷൂ ധരിക്കാൻ മോഹം. ഒന്ന് നടക്കാൻ കാലിന് മോഹം. ഓടി ചാടി ഒന്ന് കളിക്കാൻ മോഹം. കുറെ ദൂരം കാർ ഓടിക്കാനും പാദങ്ങൾക്ക് മോഹം. എത്രയെത്ര മോഹങ്ങൾക്ക് കടിഞ്ഞാൺ ഇട്ടാണ് വെറും കാലുമായി നാം ഇന്ന് വീട്ടിൽ ഇരിക്കുന്നതും. ഈ അവസരത്തിൽ ഒരു പാട്, ഒരു പാട് ചിന്തിക്കാനുള്ളതും ഇടക്കിടെ നമ്മെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്നതുമാണ് ലൂണാറിന്റെ ഈ പരസ്യ വാചകം.

നമ്മുടെ മനസ്സിന് മാത്രമല്ല നമ്മുടെ ശരീരത്തിലെ മുഴുവൻ ചലനങ്ങളും അവയവങ്ങളും കൊതിയൂറും മോഹങ്ങളുമായി കഴിയുകയാണിന്ന്. ഈ മഹാമാരിയിൽ നിന്ന് നാം അതിജീവിക്കേണ്ടതുണ്ടെന്നും ഒത്തൊരുമിക്കണമെന്നും പാദങ്ങൾക്കുമുണ്ട് മോഹങ്ങൾ എന്ന ഈ പരസ്യ വാചകവും നമ്മെ പഠിപ്പിക്കുന്നു. ഉയർത്തെഴുന്നേൽക്കേണ്ടത് വളരെ അത്യാവശ്യമാണെന്നും അനിവാര്യമാണെന്നും നമ്മെ ഉണർത്തുന്നുമുണ്ട് ഈ പരസ്യ വാചകം.

വലിപ്പ ചെറുപ്പം നോക്കി ചെറുകിട പരസ്യ കമ്പനികളെയും, ചെറു ഉദ്യോഗസ്ഥരെയും മറ്റും തഴയുമ്പോഴെല്ലാം എന്തിനും ഏതിനും എല്ലാവർക്കുമുണ്ട് മോഹങ്ങൾ എന്ന് ലൂണാർ നമ്മെ എന്നും എപ്പോഴും ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്നില്ലെ! ഞാൻ തൃശൂരിൽ പരസ്യകമ്പനിയുമായി പ്രവർത്തിക്കുമ്പോൾ സമയം തെറ്റിയാലും കുഴപ്പമില്ലാത്ത സ്വന്തം ഓഫീസായിരുന്നെങ്കിലും എന്റെ ആ പെടാ പാട് അന്ന് എനിക്ക് മാത്രമെ അറിയുമായിരുന്നുള്ളൂ. തിരിച്ച് ഒരെ ഒരു ട്രെയിനുള്ളത് കിട്ടിയില്ലെങ്കിൽ അതിന്റെ പെടാപാട് ഉടനെ പുറകെ വരും. പിന്നെ യാത്ര മുടങ്ങി, മടങ്ങി രാത്രി തങ്ങാൻ അവിടെ ഒരു സ്ഥലം കാണണമായിരുന്നു. ഒപ്പം പരസ്യ ഏജൻസികളുടെ പാരയിലും ഒരു പാട് കണ്ണീർ കുടിച്ചിട്ടുണ്ട്. ദുരിതങ്ങൾ മറന്നാണ് സുഹൃത്തുക്കളോടൊപ്പം ആ യാത്രാ സമയമത്രയും ചിലവഴിച്ചിരുന്നതും. അവരോടോപ്പം മനസ്സറിയാതെ അങ്ങിനെ ആഘോഷമാക്കുകയായിരുന്നു ആ യാത്രകൾ. അതാണ് സത്യം.

സൗകര്യങ്ങൾ ഏറെയുള്ള പരസ്യ കമ്പനികളും നമ്മുടെ പരസ്യ ഏജൻസി അസോസിയേഷനുകളും വരും കാലങ്ങളിൽ എല്ലാവരോടും ഏറെ സഹകരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഒപ്പം പരസ്യം നൽകുന്നതിലും അതിന്റെ ലഭ്യതക്കായും എല്ലാവരും ഇത്തരുണത്തിൽ ഒന്നിച്ച് സഹകരിക്കണമെന്ന് ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്നതിനോടൊപ്പം അപേക്ഷിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

മെല്ലെ തിന്നാൽ മുള്ളും തിന്നാം. ഒപ്പം നിന്നാൽ നേടി എടുക്കാം. ●



ആസിഫ് അലി കോമു
മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ
കോമു സൺസ് പ്രൊഡക്ഷൻസ്



മാധ്യമം ഓഗസ്റ്റ് 01, 2020

പുതിയ ദേശീയ വിദ്യാഭ്യാസ നയം 2020

രാജ്യത്തെ വിദ്യാഭ്യാസ മേഖലയിൽ സമഗ്രമായ അഴിച്ചുപണി ആവശ്യപ്പെടുന്ന ഡോ.കസ്തൂരിരംഗൻ സമിതിയുടെ നിർദേശങ്ങളടങ്ങിയ പുതിയ ദേശീയ വിദ്യാഭ്യാസനയത്തിന് കേന്ദ്ര മന്ത്രിസഭ അംഗീകാരം നൽകിയിരിക്കുന്നു. 1986ൽ രാജീവ് ഗാന്ധി സർക്കാർ അംഗീകരിച്ച പ്രഫ.യശ്പാൽ കമ്മിറ്റിയുടെ നയരേഖയാണ് 34 വർഷത്തിനുശേഷം സമ്പൂർണ്ണ പൊളിച്ചെഴുത്തിന് വിധേയമാകുന്നത്. നിലവിൽ സ്‌കൂൾ പാഠ്യപദ്ധതിയുടെ ഭാഗമല്ലാത്ത മൂന്നു മുതൽ ആറു വയസ്സുവരെയുള്ള കുട്ടികളെക്കൂടി ഉൾപ്പെടുത്തി 18 വയസ്സുവരെയുള്ളവർക്ക് വിദ്യാഭ്യാസം മൗലികാവകാശമാക്കുന്നതാണ് പുതിയ നയം. 10+2 നു പകരം പ്രീപ്രൈമറിയും ഒന്നും രണ്ടും ക്ലാസ്സുകൾ ചേരുന്ന അഞ്ചുവർഷം, മൂന്നു മുതൽ അഞ്ചുവരെയുള്ള മൂന്നു വർഷം, തുടർന്ന് ആറു മുതൽ എട്ടുവരെയുള്ള ക്ലാസ്സുകൾ, പിന്നീട് ഒമ്പതു മുതൽ 12 വരെയുള്ള നാലുവർഷ സെക്കൻഡറി (5+3+3+4) എന്നിങ്ങനെയായിരിക്കും ഇനിയുള്ള അടിസ്ഥാന വിദ്യാഭ്യാസക്രമം. അണ്ടർ ഗ്രാജ്വേറ്റ് കോഴ്‌സുകൾ മുതൽ യൂണിവേഴ്‌സിറ്റികളുടെ സ്വഭാവം വരെ അടിമുടി പരിവർത്തനമാവശ്യപ്പെടുന്നു. ഉന്നത വിദ്യാഭ്യാസ മേഖലയിലെ യു.ജി.സി. സമ്പ്രദായം ഇല്ലാതാക്കി നിയമ, മെഡിക്കൽ കോളേജുകൾ ഒഴികെ ഏക നിയന്ത്രണ അതോറിറ്റി വരും. പൊതു സ്വകാര്യ വിദ്യാഭ്യാസസ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഒറ്റ ചട്ടവും, ഏക പൊതു പ്രവേശനപരീക്ഷാരീതിയുമാണ് സർക്കാർ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. ചുരുക്കത്തിൽ 2022 മുതൽ 2035വരെ നീണ്ടുനിൽക്കുന്ന വിപുലമായ വിദ്യാഭ്യാസ പരിഷ്‌കരണത്തിനാണ് രാജ്യമൊട്ടാകെ സാക്ഷ്യം വഹിക്കാൻ പോകുന്നത്.

മലയാള മനോരമ ഓഗസ്റ്റ് 11, 2020

ഇഐഎ: കേരളത്തിന്റെ നിലപാട് നിർണ്ണായകം

പരിസ്ഥിതി ആഘാത വിലയിരുത്തൽ (ഇഐഎ) സംബന്ധിച്ച വ്യവസ്ഥകൾ പരിഷ്‌ക്കരിക്കാനുള്ള കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ നീക്കത്തിനെതിരെ രാജ്യവ്യാപകമായി പ്രതിഷേധമുയരുമ്പോഴും തണുപ്പൻ സമീപനവുമായി വിമർശനമേറ്റുവാങ്ങിയിരിക്കുകയാണ് കേരളം. കരടുഭേദഗതികളിൽ നിർദേശങ്ങൾ അറിയിക്കാതിരുന്ന ചുരുക്കം സംസ്ഥാനങ്ങളിലൊന്നാണ് കേരളം. പേമാരി, ഉരുൾപൊട്ടൽ ഉൾപ്പെടെ പ്രകൃതിക്ഷോഭങ്ങളിൽ നാടൊന്നാകെ വിറങ്ങലിച്ചു നിൽക്കുമ്പോഴാണ് പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണ വിഷയത്തിലുണ്ടായ ഈ അനാസ്ഥയെന്നതു ഗൗരവത്തോടെ തന്നെ കാണണം. പരിസ്ഥിതിസംരക്ഷണത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം അതീവ നിർണ്ണായകമായ ഇക്കാര്യം പൊതു സമൂഹത്തിൽ ചർച്ചയാക്കാനോ വിദഗ്ധരുമായി കൂടിയാലോചനകൾ നടത്താനോ ക്രിയാത്മക നിർദേശങ്ങൾ സമാഹരിക്കാനോ ഇതുവരെ സംസ്ഥാന സർക്കാരിനു കഴിഞ്ഞിട്ടില്ല. പേരായ്മകളുണ്ടെങ്കിലും പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിനുള്ള മികച്ച കവചമാണ് ഇഐഎ. ഇഐഎ നിലവിലെ വ്യവസ്ഥകൾ പാലിക്കുന്നതിൽതന്നെ വീഴ്ച സംഭവിക്കുന്നതിനിടെയാണ് ഇളവിനുള്ള നീക്കം. ഇനിയും ഇളവു നൽകിയാൽ നിയമം അപ്രസക്തമാകും. പരിസ്ഥിതി നിയമലംഘകർക്കു പിഴ മാത്രം എന്ന ശിക്ഷ സ്വീകാര്യമല്ല. ഗുരുതര ലംഘനങ്ങൾ പോലും പണമുണ്ടെങ്കിൽ സാധൂകരിച്ചെടുക്കുമെന്നിരിക്കെ പരിസ്ഥിതിനാശം ക്രിമിനൽ കുറ്റമായി കാണേണ്ടതുണ്ട്. നിയമങ്ങളിൽ ഇളവു നൽകാതെ നിലവിലുള്ളവ ശരിയായി നടപ്പിലാക്കുകയും പുതിയവ കൂട്ടിച്ചേർക്കുകയുമാണു വേണ്ടത്. പ്രകൃതിദുരന്തങ്ങൾ പതിവാകുന്ന സാഹചര്യം കൂടി പരിഗണിച്ച് കേരളത്തിന്റെ സുരക്ഷിത ഭാവി മുന്നിൽകണ്ടുകൊണ്ടുള്ള ശാസ്ത്രീയ നിർദേശങ്ങളാവണം സംസ്ഥാന സർക്കാർ സമർപ്പിക്കേണ്ടത്.

മാതൃഭൂമി ഓഗസ്റ്റ് 12, 2020

മകൾക്കുവേണ്ടി

നിയമത്തിനു മുന്നിൽ എല്ലാവരും തുല്യരാണ്. ഭരണഘടനയുടെ 14-ാം അനുച്ഛേദം ഇന്ത്യൻ പൗരന് ഉറപ്പു നൽകുന്ന അവകാശമാണ്. മൗലികാവകാശങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വ്യവഹാരങ്ങളിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ചൂണ്ടിക്കാട്ടപ്പെടുന്ന വകുപ്പും ഒരുപക്ഷേ ഇതാകാം. സ്ത്രീയുടെ അന്തസ്സും അവകാശവും ഒരിക്കൽകൂടി ഉയർത്തിപ്പിടിക്കുന്നതാണ് ജസ്റ്റിസ് അരുൺ മിശ്ര അധ്യക്ഷനായ മൂന്നംഗബെഞ്ചിന്റെ വിധി. ഹിന്ദു പിന്തുടർച്ചാവകാശ നിയമത്തിലെ ആറാം വകുപ്പ് ഭേദഗതി ചെയ്ത് മകനൊപ്പം മകൾക്കും സ്വത്തിൽ അവകാശം ഉറപ്പാക്കിയ 2005 സെപ്തംബർ ഒമ്പതിലെ നിയമഭേദഗതിക്ക് ശക്തി പകരുന്നതാണ് സുപ്രധാന വിധി. 2005ലെ നിയമഭേദഗതിക്ക് മുൻകാലപ്രാബല്യമുണ്ടോ എന്ന വിഷയമാണ് മുഖ്യമായും സുപ്രീം കോടതി പരിശോധിച്ചത്. കൂട്ടുകുടുംബത്തിലെ സ്വത്തവകാശം ആരുടെയെങ്കിലും മരണത്തോടെയല്ല മറിച്ച് ജനനത്തിൽ ലഭിക്കുന്നതാണെന്ന് വിധിയിൽ നിരീക്ഷിച്ചു. അതിനാൽ പെൺകുട്ടികൾക്ക് ജനിക്കുമ്പോൾതന്നെ സ്വത്തവകാശമുണ്ട്. നിയമഭേദഗതി വന്നതിന് മുമ്പോ അതിനു ശേഷമോ ജനിച്ച പെൺകുട്ടികൾക്കും സ്വത്തിൽ അവകാശമുണ്ട്. അതേസമയം ഭേദഗതി വന്ന ദിവസം മുതൽക്കേ അത് അവകാശപ്പെടാനാകുവെന്നു മാത്രം. സ്ത്രീകളെ രണ്ടാംതരം പൗരന്മാരാക്കുന്ന രീതി ശാസ്ത്രത്തെ തള്ളിക്കളയുന്ന മാനവികതയെ ഉയർത്തിപ്പിടിക്കുന്ന നിരീക്ഷണമാണ് കോടതി നടത്തിയത്.

ദീപിക ഓഗസ്റ്റ് 17, 2020

ദേശീയത കരുത്താർജിക്കുക വൈവിധ്യത്തെ ആദരിക്കുമ്പോൾ

രാഷ്ട്രം 74-ാം സ്വാതന്ത്ര്യദിനം ആഘോഷിച്ചു. കൊറോണ മഹാമാരിയുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ വർണ്ണപ്പൊലിമ കുറഞ്ഞ ആഘോഷമായിരുന്നു ഇത്തവണത്തേത്. ഇന്ത്യയെന്ന രാഷ്ട്രം രൂപംകൊണ്ട സാഹചര്യങ്ങളെപ്പറ്റിയും നമ്മെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്ന അവസരങ്ങളാണ് ഓരോ സ്വാതന്ത്ര്യദിനാഘോഷവും. ഇക്കുറിയും അതിനു മാറ്റമുണ്ടായില്ല. സ്വാതന്ത്രദിനത്തലേന്നു രാഷ്ട്രപതി രാഷ്ട്രത്തിനു നൽകിയ സന്ദേശത്തിലും സ്വാതന്ത്ര്യദിനത്തിൽ ചെങ്കോട്ടയിൽ നിന്നു പ്രധാനമന്ത്രി നടത്തിയ പ്രസംഗത്തിലും ദേശീയതയുടെ പ്രാധാന്യം നമ്മെ അനുസ്മരിപ്പിക്കുകയുണ്ടായി. ദേശീയോദ്ഗ്രഥനത്തിനു വിലങ്ങുതടിയാകുന്ന പ്രശ്നങ്ങളിലൊന്നാണു ഭാഷാവിവാദം. ഇന്ത്യ മുഴുവൻ ഹിന്ദി അടിച്ചേൽപ്പിക്കാൻ നടന്ന നീക്കത്തിനെതിരെ ദക്ഷിണേന്ത്യയിലും വടക്കുകിഴക്കൻ മേഖലയിലും ശക്തമായ എതിർപ്പുയർന്നിരുന്നു. രാഷ്ട്രഭാഷ ഹിന്ദിയാണെങ്കിലും ഹിന്ദി രാജ്യത്തെ ഭൂരിപക്ഷം ജനങ്ങളുടെ സംസാരഭാഷയല്ല. ഭൂരിപക്ഷം ജനങ്ങൾ മറ്റുഭാഷകൾ സംസാരിക്കുന്ന രാജ്യത്ത് ഹിന്ദിമാത്രം ദേശീയതയുടെ പ്രതീകമായി ഉയർത്തിക്കാട്ടുന്നത് ആപത്കരമായ പ്രവണതയാണ്. ഹിന്ദി അറിയാത്തതിന്റെ പേരിലുള്ള അധിക്ഷേപങ്ങൾ മറ്റുള്ളവരുടെ വികാരങ്ങളെ വ്രണപ്പെടുത്തും. ഇവരോട് ദേശീയതയുടെ പാഠങ്ങൾ ഉരുവിട്ടാൽ അതിന് എത്രമാത്രം ഫലപ്രാപ്തിയുണ്ടാകും. വൈവിധ്യത്തെ ആദരിക്കുമ്പോൾ മാത്രമാണ് ദേശീയത കരുത്തു പ്രാപിക്കുക എന്ന യാഥാർത്ഥ്യം ആരും മറക്കാതിരിക്കട്ടെ.

മംഗളം ഓഗസ്റ്റ് 19, 2020

വിദ്യാലയങ്ങൾ തുറക്കേണ്ടത്

സെപ്തംബർ ഒന്നു മുതൽ ഘട്ടംഘട്ടമായി സ്ക്കൂളുകൾ തുറക്കാൻ കേന്ദ്രം തത്വത്തിൽ തീരുമാനമെടുത്തിരുന്നെങ്കിലും അതിനു കഴിയാത്ത സാഹചര്യമാണ് നിലവിൽ ഇന്ത്യയിലേത്. കേന്ദ്രനീക്കത്തോടു മിക്ക സംസ്ഥാനങ്ങളും അനുകൂല നിലപാടല്ല സ്വീകരിച്ചത്. എന്നാൽ പഠനവും പരീക്ഷയും പൂർണ്ണമായും ഉപേക്ഷിക്കേണ്ടിവരുന്ന സീറോ അക്കാഡിക് വർഷം ഉണ്ടാകില്ലെന്ന വിലയിരുത്തലാണു കേന്ദ്രവും കേരളവും നടത്തിയത്. സ്ക്കൂളുകൾ തുറക്കുന്നതു സംബന്ധിച്ചു തുടരുന്ന അനിശ്ചിതത്വം നിലവിൽ ഓൺലൈനായും ടിവിചാനൽ വഴിയും തുടരുന്ന പഠനപ്രക്രിയയുടെ ഗൗരവവും പ്രാധാന്യവും കുറയാതെ സൂക്ഷിക്കാനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വമാണ് അധികാരികൾക്കുള്ളത്. വിദ്യാഭ്യാസ വകുപ്പ് മാത്രമല്ല. അദ്ധ്യാപകരും കുട്ടികളും മാതാപിതാക്കളും സമൂഹം ഒന്നാകെയും സാഹചര്യത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം മനസ്സിലാക്കി ഉണർന്നു പ്രവർത്തിച്ചാലേ തുടക്കത്തിലുണ്ടായിരുന്ന ആവേശം നിലനിർത്താനാകൂ. വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങൾ തുറക്കുന്ന കാര്യത്തിൽ ഒരു തരത്തിലും മാസമോ തീയതിയോ നിശ്ചയിക്കാൻ കഴിയാത്ത അവസ്ഥ. സ്ക്കൂൾ തുറക്കുന്നതു സംബന്ധിച്ച് ചർച്ച ഉണ്ടാകുമ്പോഴെല്ലാം പ്രഥമ പരിഗണന വേണ്ടത് കുട്ടികളുടെ സുരക്ഷ ആയിരിക്കണം. അദ്ധ്യാപകരിൽ നിന്ന് നേരിട്ടു പഠിക്കുന്നതിന്റെ പ്രാധാന്യം ഉൾക്കൊള്ളുമ്പോഴും കുട്ടികളെ അപകടകരമായ സാഹചര്യത്തിലേക്കു തള്ളിവിടാതിരിക്കാനുള്ള വിവേകമാണ് ഉണ്ടാകേണ്ടത്. വിജ്ഞാനസമ്പാദനവും വിവരശേഖരണവും മാത്രമാണ് വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ ലക്ഷ്യമെങ്കിൽ ഇപ്പോഴത്തെ രീതിക്കു വലിയ അപകടമൊന്നുമില്ല. മറിച്ച് മനുഷ്യൻ അടിസ്ഥാനപരമായി സാമൂഹിക ജീവിയാണ് എന്നതുകൊണ്ടു തന്നെ നല്ലരീതിയിലുള്ള വളർച്ച സംഭവിക്കാനും സമൂഹത്തിന്റെ ഇടപെടൽ കൂടിയേ തീരൂ. കുട്ടികൾ സാമൂഹികമായി അടുക്കാൻ പഠിക്കുന്നതു വിദ്യാലയങ്ങളിൽ നിന്നാണ്. അങ്ങനെ വരുമ്പോൾ നാടിന്റെ ഭാവിയാണ് വിദ്യാലയങ്ങൾ തുറക്കുന്നതും കാത്തിരിക്കുന്നത്.

ദീപിക ഓഗസ്റ്റ് 20, 2020

പരീക്ഷാ പരിഷ്ക്കാരങ്ങൾ ഉദ്യോഗാർത്ഥികളെ സഹായിക്കുന്നതാകണം

ഉദ്യോഗനിയമനങ്ങൾക്കുള്ള മത്സരപ്പരീക്ഷയിൽ കാതലായ മാറ്റങ്ങൾ കൊണ്ടുവരാൻ കേരള പബ്ലിക് സർവ്വീസ് കമ്മീഷൻ തീരുമാനിച്ചിരിക്കുകയാണ്. കൂടുതൽ അപേക്ഷകരുള്ള തസ്തികകളിൽ ഇനി രണ്ടു ഘട്ടമായിട്ടാണു പരീക്ഷ നടത്തുക അപേക്ഷകരെ കുറയ്ക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെയുള്ള സ്ക്രീനിംഗ് പരീക്ഷയാണ് ആദ്യത്തേത്. ഇതിൽ നിശ്ചിത മാർക്ക് നേടുന്നവരെ മുഖ്യപരീക്ഷയ്ക്കു വിളിക്കും. അതിന്റെ മാർക്കായിരിക്കും റാങ്ക് നിർണ്ണയത്തിനു പരിഗണിക്കുക. രണ്ടാംഘട്ട പരീക്ഷയെഴുതുന്നവരുടെ എണ്ണം കുറവായതിനാൽ പരീക്ഷകൾ കുറ്റമറ്റതും കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമാക്കാനും ഫലപ്രഖ്യാപനം വേഗത്തിൽ നടത്തുവാനും സാധിക്കും. സാമ്പത്തികരംഗത്തെ വളർച്ചാമുരടിപ്പും ആഗോള ദേശീയ രാഷ്ട്രീയ സ്ഥിതിഗതികളിലെ മാറ്റങ്ങളും മൂലം വ്യവസായ മേഖലയാകെ അനശ്ചിതത്വം നിലനിൽക്കുന്നതിനാൽ ഇന്നു സ്വകാര്യമേഖലയിലെ ആകർഷകമായ ജോലികളോടുപോലും ആഭിമുഖ്യം വലിയതോതിൽ കുറഞ്ഞതും ജോലി സുരക്ഷിതത്വം ഇല്ലാത്തതും സർക്കാർ ജോലിക്കുള്ള അപേക്ഷകരുടെ വർദ്ധനയ്ക്കു കാരണമായി. എസ്.എസ്.എൽ.സി., പ്ലസ് ടു, ബിരുദം അടിസ്ഥാന യോഗ്യതകളുള്ളവർക്കായി ഇനി വെവ്വേറെ പൊതു പരീക്ഷ നടത്താനാണു പിഎസ്സിയുടെ തീരുമാനം. എന്തു പരിഷ്ക്കാരം കൊണ്ടുവന്നാലും ഉദ്യോഗാർത്ഥികളെ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്ന പ്രക്രിയ സുതാര്യമാണെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തണം. പരീക്ഷാനടത്തിപ്പ് കുറ്റമറ്റതാക്കുകയും ഉദ്യോഗാർത്ഥികളുടെ ബുദ്ധിമുട്ടു കുറയ്ക്കുകയും വേണം. പിൻവാതിൽ നിയമനം മൂലം അർഹരായവരുടെ തൊഴിൽ സ്വപ്നങ്ങളാണ് തല്ലിക്കൊഴിക്കപ്പെടുന്നത്. ഇക്കാര്യത്തിൽ കുറെക്കൂടി മാനുഷികവും നീതിപൂർവകവുമായ സമീപനം കൈക്കൊള്ളാൻ കേന്ദ്ര – സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ തയാറാകണം. ഉദ്യോഗാർത്ഥികളെ സഹായിക്കുന്നതാകണം പി.എസ്.സിയും സർക്കാരുമൊക്കെ നടപ്പാക്കുന്ന പരിഷ്കാരങ്ങൾ.

കേരളകൗമുദി ഓഗസ്റ്റ് 23, 2020

വീണ്ടെടുക്കേണ്ട ശുചിത്വബോധം

വ്യക്തിശുചിത്വത്തിൽ അഭിമാനകരമായ നേട്ടവുമായി നിൽക്കുന്ന കേരളം പരിസര ശുചീകരണത്തിന്റെ കാര്യം വരുമ്പോൾ ഏറെ പിന്നിലാകുന്നു. കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ ഏറ്റവും ഒടുവിൽ നടന്ന ശുചിത്വ സർവേയിലും മലയാളികൾക്ക് അഭിമാനിക്കാൻ അധികമൊന്നുമില്ല. ശുചിത്വ നില തിട്ടപ്പെടുത്തുന്ന ഘടകങ്ങൾ വച്ചു നോക്കുമ്പോൾ സംസ്ഥാനം ഏറ്റവും പിന്നിലാണു നിൽക്കുന്നത്. മുൻ വർഷങ്ങളിലും സ്ഥിതി ഇങ്ങനെയായിരുന്നു. ആകെ ആശ്വാസം നൽകുന്നത് ചെറു നഗരങ്ങളുടെ പട്ടികയിൽ പ്രഥമ സ്ഥാനത്ത് ആലപ്പുഴ എത്തിയെന്നതാണ്. നൂതനാശയങ്ങളും പ്രവർത്തന മികവുകൊണ്ടും നേടിയതാണ് ഈ ബഹുമതി. നഗര ശുചീകരണത്തിലും മാലിന്യസംസ്കരണ പദ്ധതികളുടെ വിജയകരമായ നടത്തിപ്പിലും ആലപ്പുഴ നല്ല മാതൃകയാണ്. നാലുവർഷമായി നടക്കുന്ന ശുചിത്വ സർവേയിൽ ഇതുവരെ സംസ്ഥാനത്തിന് ശ്രദ്ധേയമായ ഇടം നേടാൻ കഴിയാത്തത് പഠനമർഹിക്കുന്ന സംഗതിയാണ്. ശുചിത്വത്തിൽ കേരളം ഏറ്റവും പിന്നിൽ നിൽക്കുമ്പോൾ ഒന്നാം സ്ഥാനത്തു വരുന്നത് അത്രയേറെ പുരോഗതിയൊന്നും പ്രാപിക്കാത്ത ജാർഖണ്ഡാണ്. നൂറു ശതമാനത്തിടുത്ത് സാക്ഷരതയും ഉന്നത വിദ്യാഭ്യാസ നിലവാരവുമുള്ള കേരളം ശുചിത്വ വിഷയത്തിൽ നവീന പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചു നടപ്പാക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ തുടർന്നും അവമതി നേരിടേണ്ടിവരും. മാലിന്യസംസ്കരണ പദ്ധതികൾ, പൊതുവായ ശുചിത്വനില, അഴുക്കുചാൽ പദ്ധതികൾ, ടോയ്‌ലറ്റ് സൗകര്യങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ വിലയിരുത്തിയാണ് പട്ടണങ്ങൾക്കും നഗരങ്ങൾക്കും സംസ്ഥാനങ്ങൾക്കും ശുചിത്വ റാങ്ക് നിശ്ചയിച്ചത്. മാലിന്യങ്ങൾ പൊതുസ്ഥലങ്ങളിൽ വലിച്ചെറിയുന്നവരെ പിടികൂടി ശിക്ഷിക്കാൻ നിയമമുള്ള നാടാണിത്. നഗരങ്ങളും പട്ടണങ്ങളും മാത്രമല്ല ഗ്രാമങ്ങളും വെടിപ്പും ശുദ്ധിയും നിലനിറുത്തിയാലേ സംസ്കൃത ചിത്തരുള്ള നാടായി അംഗീകരിക്കുകയുള്ളൂ. സർക്കാരിനു മാത്രമല്ല പൗരന്മാർക്കും ഈ വിഷയത്തിൽ വലിയ ഉത്തരവാദിത്വമാണുള്ളത്.

ദേശാഭിമാനി ഓഗസ്റ്റ് 28, 2020

മൊറട്ടോറിയത്തിലും ജനങ്ങളെ പിഴിയുകയോ

കോവിഡ് കാലത്ത് ലോക്ഡൗൺ കാരണം ജീവിത പ്രതിസന്ധിയിലായവരെ സഹായിക്കാനെന്ന പേരിൽ പ്രഖ്യാപിച്ച വായ്പ മൊറട്ടോറിയത്തിന്റെ മറവിൽ ജനങ്ങളെ കൊള്ളയടിക്കാൻ അവസരമൊരുക്കുകയാണ് കേന്ദ്രസർക്കാർ. വായ്പാ തിരിച്ചടവ് നിർത്തിവച്ച ആറുമാസത്തെ പലിശയും കൂട്ടുപലിശയും വായ്പക്കാരിൽനിന്ന് ഈടാക്കാനുള്ള ബാങ്കുകളുടെയും ധനകാര്യസ്ഥാപനങ്ങളുടെയും നീക്കത്തെ അനുകൂലിക്കുകവഴി ജനങ്ങളെ കൂടുതൽ കടക്കെണിയിലേക്ക് തള്ളിവിടുകയാണ് കേന്ദ്രം. പലിശ ഒഴിവാക്കുന്നത് തങ്ങൾക്ക് വൻ നഷ്ടമുണ്ടാക്കുമെന്നാണ് ബാങ്കുകളുടെ വാദം. മൊറട്ടോറിയം നിലനിൽക്കുന്ന ആറുമാസത്തെ പലിശ ഒരുമിച്ച് അടയ്ക്കുക. അല്ലെങ്കിൽ കുടിശ്ശികയായ പലിശ വായ്പയാക്കിമാറ്റി പ്രതിമാസം കുടുതൽ തുക തിരിച്ചടയ്ക്കുക. അതുമല്ലെങ്കിൽ കുടിശ്ശികയായ പലിശ വായ്പയാക്കി തിരിച്ചടവ് കാലാവധി വർദ്ധിപ്പിക്കുക. എന്തായാലും കടക്കാരെ കൂടുതൽ കടക്കാരാക്കുന്ന ഇതിനെ ആശ്വാസ നടപടിയായി കാണാൻ സാധിക്കുകയില്ല. ഭവന, വ്യക്തിഗത വായ്പ എടുത്തവർ ധാരാളമുള്ള കേരളത്തിൽ മിക്ക കുടുംബങ്ങളിലും ഇതിന്റെ പ്രത്യാഘാതമുണ്ടാകും. തങ്ങൾ അടിച്ചേൽപ്പിച്ച ഈ ബാധ്യതയിൽനിന്ന് ജനങ്ങളെ രക്ഷിക്കേണ്ടത് കേന്ദ്രമാണ്. മൊറട്ടോറിയം കാലത്തെ പലിശ ഒഴിവാക്കാൻ കേന്ദ്ര സർക്കാർ തയ്യാറാകണം.

മംഗളം ഓഗസ്റ്റ് 28, 2020

നമുക്ക് മുന്നിലുള്ളത് ഒരുമയുടെ വഴിമാത്രം

സമൃദ്ധിയുടെ വിളവെടുപ്പും ഐശ്വര്യത്തിന്റെ പൊൻവെട്ടവും മലയാളികളുടെ ഓണസ്മൃതിക്ക് നൽകുന്ന ആവേശം അളവറ്റതാണ്. കഴിഞ്ഞ രണ്ടുവർഷമായി പ്രളയത്തിൽ കുതിർന്നുപോയ ആഹ്ലാദനിമിഷങ്ങൾ ഇത്തവണയെങ്കിലും തിരിച്ചുപിടിക്കണമെന്ന് ആഗ്രഹിച്ചപ്പോഴാണ് കോവിഡ് പടർന്നത്. ഓണാഘോഷം നിറയേണ്ടിടത്ത് നാടും നഗരവും കീഴടക്കി കോവിഡ് പകരുന്ന കാഴ്ചയാണ് ചുറ്റിലും. ഉള്ളതുകൊണ്ട് ഓണമാഘോഷിക്കുന്നവരാണ് മലയാളികൾ എന്നാൽ കോവിഡിനെതുടർന്ന് പിഞ്ചിപ്പോഴ നിരവധി ജീവിതങ്ങൾക്ക് ഓണത്തിനുള്ള ഒരുക്കംപോലും കടുത്ത ജീവിതപരീക്ഷയായി മാറുന്ന സാഹചര്യമാണ് നിലവിലുള്ളത്. മലയാളികളുടെ ഉന്നതമായ സാമൂഹിക ബോധവും അനുകമ്പയും ആഘോഷങ്ങൾ അകന്നുപോയ കുടുംബങ്ങളെക്കൂടി ചേർത്തുപിടിക്കുന്നവിധം ഉണർന്നു പ്രവർത്തിക്കേണ്ട സമയമാണിത്. എങ്കിലേ നിറപ്പകിട്ട് കുറഞ്ഞുപോയെങ്കിലും ഓണത്തെ അതിന്റെ അർഥതലത്തിൽ പ്രതിഷ്ഠിക്കാൻ നമുക്ക് കഴിയൂ. സഹജീവകൾക്ക് പ്രതീക്ഷയുടേയും പ്രത്യാശയുടേയും ഓണമാണ് ഇത്തവണ നമ്മൾ ഒരുക്കേണ്ടത്. ഓണമെന്നത് ഒരുമയുടേയും പങ്കിടലിന്റേയും ആഘോഷം കൂടിയാണ്. കോവിഡ് സൃഷ്ടിച്ചിരിക്കുന്ന നഷ്ടങ്ങളെ അതിജീവിക്കാൻ ഈയൊരു വഴിമാത്രമാണ് ഇപ്പോൾ നമുക്കു മുന്നിലുള്ളത്.

ഗൂഗിളും ഫെയ്സ്ബുക്കും മാധ്യമ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് പണം നൽകണം

ഇന്റർനെറ്റ് സേവനദാതാക്കളായ ഗൂഗിളും സാമൂഹിക മാധ്യമമായ ഫെയ്സ്ബുക്കും വാർത്താ ഉള്ളടക്കങ്ങൾക്ക് മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾക്കു പണം നൽകണമെന്ന ചട്ടം കൊണ്ടുവരാൻ ഓസ്ട്രേലിയ തയ്യാറെടുക്കുന്നു. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളുമായി ചർച്ച നടത്താൻ ഇരു സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ഓസ്ട്രേലിയൻ സർക്കാർ മൂന്നുമാസം സമയം നൽകി. ഇതുസംബന്ധിച്ച കരടു പെരുമാറ്റച്ചട്ടവും ഓസ്ട്രേലിയ പുറത്തിറക്കി.

കരടു പെരുമാറ്റച്ചട്ടം കടുത്ത നടപടിയണെന്നും ഡിജിറ്റൽ സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയെ തകരാറിലാക്കുമെന്നും ഗൂഗിൾ പ്രതികരിച്ചു. ഉള്ളടക്കങ്ങൾ പുനരുപയോഗിക്കുന്നതിന് ഗൂഗിൾ മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾക്കും പ്രസാധകകമ്പനികൾക്കും പണം നൽകണമെന്ന് ഫ്രാൻസിലെ കോംപറ്റീഷൻ കമ്മീഷൻ വിധിച്ചിരുന്നു. നിർദ്ദിഷ്ട ചട്ടത്തിന്റെ പരിധിയിൽ ആദ്യം ഗൂഗിളിനെയും ഫെയ്സ്ബുക്കിനെയും ലക്ഷ്യം വെച്ചെന്നേയുള്ളെന്നും മറ്റുള്ളവയെ പിന്നാലെ ഉൾപ്പെടുത്തുമെന്നും ഓസ്ട്രേലിയൻ ധനവിനിയോഗമന്ത്രി ജോഷ് ഫ്രൈഡൻബെൻ പറഞ്ഞു.

ഓസ്ട്രേലിയൻ വാർത്താമാധ്യമ വ്യാപാരത്തെ സഹായിക്കുക, ഉപഭോക്തൃതാത്പര്യം സംരക്ഷിക്കുക, സുസ്ഥിര മാധ്യമ പരിസ്ഥിതിയൊരുക്കുക എന്നീ ലക്ഷ്യങ്ങളാണ് ഇതിനുപിന്നിലുള്ളതെന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു. അമേരിക്കൻ കമ്പനികളാണ് ഗൂഗിളും ഫെയ്സ്ബുക്കും.

മൂന്നുമാസത്തിനുശേഷം ഈ കമ്പനികളും മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളും തമ്മിൽ പണം നൽകൽ സംബന്ധിച്ച് ധാരണയായില്ലെങ്കിൽ തീരുമാനമുണ്ടാക്കാനായി മധ്യസ്ഥനെ നിയമിക്കുമെന്ന് കരടുചട്ടത്തിൽ പറയുന്നു.

കേരള സ്റ്റാർട്ടപ് മിഷൻ ഐഐഎംവുമായി കൈകോർക്കുന്നു



സംസ്ഥാനത്തെ വനിതാ സംരംഭകരുടെ ആശയങ്ങളെ മികച്ച ബിസിനസ്സ് സംരംഭങ്ങളാക്കി മാറ്റുന്നതിന് കേരള സ്റ്റാർട്ട് മിഷൻ, ബംഗളുരു ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മാനേജ്മെന്റിന്റെ സ്റ്റാർട്ട്പ്പ് ഹബ്ബുമായി കൈകോർക്കുന്നു.

പ്രാരംഭ, ആശയഘട്ടത്തിലുള്ള സംരംഭങ്ങളെ നയിക്കുന്ന വനിതകളുടെ സംരംഭക, ഭരണ നിർവഹണ നൈപുണ്യ വികസനമാണ് വനിതാസ്റ്റാർട്ടപ് പ്രോഗ്രാം എന്ന സൗജന്യപദ്ധതിയുടെ ലക്ഷ്യം. പദ്ധതിയുടെ ഭാഗമായി നടത്തുന്ന വിപുലമായ ഓപ്പൺ ഓൺലൈൻ കോഴ്സിലൂടെ പ്രാരംഭഘട്ടത്തിലെ ആശയങ്ങളെ വികസിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള ബിസിനസ്സ് വിജ്ഞാനം ലഭ്യമാകും. തുടർന്ന് തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുന്നവർക്ക് പ്രോട്ടോടൈപ്പ് രൂപപ്പെടുത്തുന്നതിന് ബിസിനസ് പരിശീലനം നൽകുന്നതിനായി വെർച്വൽ ലോഞ്ച് പാഡ് പ്രോഗ്രാമും സംഘടിപ്പിക്കുന്നു

നാവിഗന്റ് ഇനി 'ഗൈഡ്ഹൗസ്'



ടെക്നോപാർക്ക് ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന നാവിഗന്റ് ഇന്ത്യയെ 'ഗൈഡ്ഹൗസ് ഇന്ത്യ പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ്' എന്ന് പുനർ നാമകരണം ചെയ്തു. നാവിഗന്റ് ഇന്ത്യയുടെ മാതൃ കമ്പനിയായ നാവിഗന്റ് കൺസൾട്ടിങ്ങിനെ, വാഷിങ്ടൺ ആസ്ഥാനമായ ഗൈഡ്ഹൗസ് ഏറ്റെടുത്തതിനെ തുടർന്നാണ് പേരുമാറ്റം. വെരിറ്റാസ് ക്യാപിറ്റലിന്റെ പോർട്ട്ഫോളിയോ കമ്പനിയായ ഗൈഡ്ഹൗസ് സർക്കാർ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് മാനേജ്മെന്റ് കൺസൾട്ടിങ്ങ് നൽകുന്ന ലോകത്തെ പ്രമുഖസ്ഥാപനമാണ്.

ഹെൽത്ത്കെയർ, ധനകാര്യസേവനങ്ങൾ, ഊർജം, ദേശസുരക്ഷ, എയ്റോസ്പേസ്, പ്രതിരോധം തുടങ്ങി സുപ്രധാന മേഖലകളിലെ ഉപയോക്താക്കൾക്കായി നൂതനമായ ഉത്പന്നങ്ങളും പരിഹാരങ്ങളും വൈദഗ്ധ്യവും നൽകാനാവുന്ന വിധത്തിലാണ് കമ്പനിയുടെ വിപുലീകരണം. ഗൈഡ്ഹൗസിന് നിലവിൽ 2500നടുത്ത് ജീവനക്കാരാണ് ഇന്ത്യയിൽ ഉള്ളത്.

അഡ്വർടൈസിംഗ് ക്ലബ് MICA സ്കൂൾ ഓഫ് ഐഡിയാസുമായി പങ്കാളികളാകുന്നു



പരസ്യം ചെയ്യൽ, മാർക്കറ്റിംഗ്, മീഡിയ, ഗവേഷണം, എന്നിവയിൽ നിന്നുള്ള പ്രൊഫഷണലുകൾക്ക് പരസ്പരം അനുഭവത്തിൽ നിന്ന് നേട്ടമുണ്ടാക്കാൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് ക്ലബ് ഒരു ചലനാത്മക പ്ലാറ്റ്ഫോം നൽകുന്നു, കൂടാതെ ഡി-കോഡ്, ഡിജിറ്റൽ റിവ്യൂ, ഡിജിറ്റൽ ഡിബേറ്റ് സീരീസ് പോലുള്ള പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലൂടെ വ്യവസായത്തിന്റെ വളർച്ചയും പഠന വികസന അജണ്ടയും പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. മൈക്ക - സ്കൂൾ ഓഫ് ഐഡിയാസുമായി (മുമ്പ് മുദ്ര ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ്, അഹമ്മദാബാദ്) പങ്കാളിത്തത്തോടെ മറ്റൊരു ലാൻഡ്മാർക്ക് വികസന സംരംഭത്തിലൂടെ പഠന അനുഭവം ഉയർത്താൻ വ്യവസായ ബോഡി ഒരുങ്ങുന്നു. പങ്കാളിത്തം ഫലമായുണ്ടാകുന്ന സംരംഭങ്ങൾ പരസ്യ, വിപണന വ്യവസായ രക്ഷാധികാരികൾക്കായി ഉയർന്ന പരിശീലനത്തിനും പഠന അവസരങ്ങൾക്കും കാരണമാകും.

ടാറ്റ ക്യാപിറ്റലിന് പുതിയ ബ്രാൻഡ് ടാഗ്‌ലൈൻ



ടാറ്റ ഗ്രൂപ്പിന്റെ ഫിനാൻഷ്യൽ സർവീസസ് വിഭാഗമായ ടാറ്റ ക്യാപിറ്റൽ അതിന്റെ പുതിയ ബ്രാൻഡ് ടാഗ്‌ലൈൻ 'Count on Us' പുറത്തിറക്കി. 2007-ൽ കമ്പനി സ്ഥാപിതമായതിനുശേഷം അതിന്റെ മുൻ ടാഗ്‌ലൈൻ 'ഞങ്ങൾ നിങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായത് മാത്രമേ ചെയ്യുന്നുള്ളൂ'. എന്നത് ഇപ്പോഴാണ് മാറിയത്.

ഒരു സാമ്പത്തിക പങ്കാളിയെ തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ആട്രിബ്യൂട്ടുകളിലൊന്നാണ് 'വാഗ്ദാനങ്ങൾ നൽകുന്നത്' എന്ന് ടാറ്റ ക്യാപിറ്റലിന്റെ ഉപഭോക്തൃ ഉൾക്കാഴ്ചകൾ വെളിപ്പെടുത്തി. ഡിജിറ്റൽ, സോഷ്യൽ മീഡിയകളിൽ ബ്രാൻഡ് അതിന്റെ സാന്നിധ്യം വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെറുപ്പക്കാരായ ഉപഭോക്താക്കളുമായി കൂടുതൽ ബന്ധം പുലർത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത് കണക്കിലെടുത്ത്, ബ്രാൻഡ് ഒരു പരിവർത്തനത്തിന് വിധേയമായി, ഓർഗനൈസേഷൻ അടുത്തിടെ "Count on Us"എന്ന പുതിയ ടാഗ് ലൈൻ പുറത്തിറക്കി. ഇത് സോഷ്യൽ, ഡിജിറ്റൽ കാമ്പെയ്നുകളിലൂടെ സമാരംഭിക്കുന്നു.

പരസ്യ വ്യവസായം ഗ്രൂപ്പ് രൂപീകരിക്കുന്നു

ടാർഗെറ്റുചെയ്ത പരസ്യങ്ങൾക്കായി മാനദണ്ഡങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് പരസ്യ വ്യവസായം ഗ്രൂപ്പ് രൂപീകരിക്കുന്നു

പ്രധാന പരസ്യദാതാക്കളായ പ്രോക്ടർ & ഗാംബിൾ, ഫോർഡ് മോട്ടോർ കോ, യൂണിലിവർ, ട്രേഡ് അസോസിയേഷനുകൾ എന്നിവ ടാർഗെറ്റുചെയ്ത പരസ്യങ്ങളുടെ വ്യവസായ നിലവാരം വികസിപ്പിക്കുന്നതിന് ഒരു പങ്കാളിത്തത്തിന് രൂപം നൽകിയതായി ഗ്രൂപ്പ് അറിയിച്ചു.

ഉപഭോക്താക്കളെ അവരുടെ താൽപ്പര്യങ്ങളും ജനസംഖ്യാശാസ്ത്രവും അടിസ്ഥാനമാക്കി ടാർഗെറ്റു ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ഡാറ്റ ഉപയോഗിക്കുന്ന തന്ത്രമായ അഡ്രസബിൾ അഡ്വർടൈസിംഗ്, പരസ്യ ഭീമന്മാരായ ആൽഫബെറ്റ്, ഫെയ്സ്ബുക്ക് എന്നിവയിൽ നിന്നുള്ള സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിച്ച് വളർന്നു, പക്ഷേ സ്വകാര്യതയെക്കുറിച്ചും ഉപഭോക്തൃ ഡാറ്റയുടെ ഉപയോഗത്തെക്കുറിച്ചും ഉള്ള ആശങ്കകൾ വ്യാപകമാണ്.

ഉപഭോക്തൃ സ്വകാര്യതയും മീഡിയ ഉള്ളടക്കവുമായുള്ള അവരുടെ അനുഭവം പരിരക്ഷിക്കുന്നതിനൊപ്പം പരസ്യങ്ങളെ ടാർഗെറ്റുചെയ്യുന്നതിനുള്ള 'നിർണായക' സാങ്കേതിക പ്രവർത്തനങ്ങളെ ഏതെങ്കിലും പുതിയ മാനദണ്ഡങ്ങളിലൂടെ പിന്തുണയ്ക്കുമെന്ന് അറിയുന്നു.

മറ്റ് പരസ്യ പങ്കാളികളിൽ പ്രധാന പരസ്യ ഏജൻസികളായ പബ്ലിസിസ്, കോംകാസ്റ്റ് കോർപ്പറേഷന്റെ എൻബിസി യൂണിവേഴ്സൽ മീഡിയ കമ്പനി, ദി ട്രേഡ് ഡെസ്ക് ഉൾപ്പെടെയുള്ള പരസ്യ ടെക് കമ്പനികൾ എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഏതൊരു പുതിയ വ്യവസായ മാനദണ്ഡങ്ങളുടെയും അടിസ്ഥാന അടിത്തറയായി ഉപഭോക്തൃ സ്വകാര്യതയും ഉൾപ്പെടുന്നു,.

ബൈജൂസ് വിദ്യാഭ്യാസ സ്റ്റാർട്ടപ്പ് വാങ്ങി



ബൈജൂസ് ലേണിങ്ങ് ആപ് 300 മില്യൻ ഡോളറിന് മുംബൈ ആസ്ഥാനമായ വൈറ്റ്ഹാറ്റ് ജൂനിയർ എന്ന എജ്യുടെക് സ്റ്റാർട്ടപ്പിനെ സ്വന്തമാക്കി. എജ്യുടെക് മേഖലയിൽ ഇന്ത്യയിൽ നടന്ന ഏറ്റവും വലിയ ഏറ്റെടുക്കലാണിത്. 18 മാസം പ്രായമുള്ള സ്റ്റാർട്ടപ്പിനെയാണ് ഇത്രയും വലിയ തുകയ്ക്ക് ബൈജൂസ് സ്വന്തമാക്കിയത്. വൈറ്റ്ഹാറ്റ് ജൂനിയറിലൂടെ ആയിരക്കണക്കിന് കുട്ടികളാണ് കമ്പ്യൂട്ടർ കോഡിങ്ങ് പഠിക്കുന്നത്.

സ്പാർട്ടൻ പോക്കറിന് പുതിയ ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റി



ഡിജിറ്റൽ ഗെയിമിംഗ് പ്ലാറ്റ്ഫോമായ സ്പാർട്ടൻ പോക്കർ പുനർരൂപകൽപ്പന ചെയ്ത ലോഗോയും ടാഗ് ലൈനും ഉപയോഗിച്ച് പുതിയ ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റി. പോക്കർ ഗെയിമിലെ ഏറ്റവും വലിയ സമനിലയായി നൈപുണ്യത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്ന ഒരു പ്ലാറ്റ്ഫോമായി സ്പാർട്ടൻ പോക്കറിനെ പ്രതിനിധീകരിക്കുന്നതിനായാണ് പുതിയ സ്ട്രെയിറ്റ് അപ്പ് സ്കിൽ രൂപകൽപ്പന ചെയ്തിരിക്കുന്നതെന്ന് കമ്പനി അറിയിച്ചു.

'റീബ്രാൻഡിംഗ് സ്പാർട്ടൻ പോക്കറിനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ആവേശകരമായ മാറ്റമാണ്. ഈ സംരംഭം ബ്രാൻഡിന്റെ തുടർച്ചയായ പരിണാമവും തത്ത്വചിന്തയും വെളിപ്പെടുത്തുന്നു ഒപ്പം ബ്രാൻഡിനെക്കുറിച്ച് ആശയവിനിമയം നടത്താൻ ഞങ്ങൾ ആഗ്രഹിക്കുന്ന സമീപനത്തെ അഭിമാനപൂർവ്വം എടുത്തുകാണിക്കുകയും ചെയ്യും എന്ന് സ്പാർട്ടൻ പോക്കറിന്റെ സ്ഥാപകനും മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടറുമായ അമിൻ റോസാനി പറഞ്ഞു.

എൻഐഐടി ടെക്നോളജീസ് കോഫോർജ് ആയി പുനർ നാമകരണം ചെയ്യുന്നു



ഐടി സൊല്യൂഷൻസ് ആന്റ് സർവീസസ് ഓർഗനൈസേഷനായ എൻഐഐടി ടെക്നോളജീസ് കോഫോർജ് എന്ന പുതിയ പേരിൽ കമ്പനി പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ചതായി പ്രഖ്യാപിച്ചു.

കമ്പനി പറയുന്നതനുസരിച്ച്, ഈ പേരുമാറ്റൽ സംരംഭം കമ്പനിയുടെ പരിണാമത്തെയും ഭാവിയിലേക്കുള്ള കാഴ്ചപ്പാടിനെയും പ്രതിഫലിപ്പിക്കുന്നു.

കോഫോർജ് ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസർ സുധീർ സിംഗ് പറഞ്ഞു, ''അടുത്ത കാലത്തായി കമ്പനിയുടെ ഉയർന്ന വളർച്ചയും മാറ്റവും ഞങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്, ഇന്ന് ഈ വ്യവസായത്തിലെ അതിവേഗം വളരുന്ന ഐടി സേവന സ്ഥാപനങ്ങളിലൊന്നാണ്. ഈ പരിവർത്തനത്തെ പ്രതീകപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു പുതിയ പേരും ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റിയും അവതരിപ്പിക്കുന്നതിൽ ഞങ്ങൾ സന്തുഷ്ടരാണ്. ശാശ്വതമായ മൂല്യം സൃഷ്ടിക്കാൻ ഒരുമിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനെയാണ് കോഫോർജ് അർത്ഥമാക്കുന്നത്. ഞങ്ങളുടെ സ്ഥാപനത്തിന്റെ സംസ്കാരത്തിൽ ജീവനക്കാരുടെയും ക്ലയന്റുകളുടേയും ആഴത്തിലുള്ള ബന്ധത്തെയും പേര് പ്രതിഫലിപ്പിക്കുന്നു.

അവാർഡ് നൽകി



അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസീസ് അസോസിയേഷൻ ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ ലൈഫ് ടൈം അച്ചീവ്മെന്റ് ആവാർഡ് പ്രേം അസോസിയേറ്റ് അഡ്വർടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ പാർട്ട്ണറായ കൃഷ്ണൻ പ്രേമനാരായണന് നൽകി ആദരിച്ചു. അഡ്വർടൈസിംഗ് ഇൻഡസ്ട്രിക്ക് നൽകിയ നേട്ടങ്ങൾക്ക് ഒരു ഇന്ത്യാക്കാരന് ഇത്തരത്തിൽ ലഭിക്കുന്ന ഉയർന്ന ബഹുമതിയാണ്.

Ace2Three A23 ആയി റീബ്രാൻഡ് ചെയ്യുന്നു



ഓൺലൈൻ ഗെയിമിംഗ് പ്ലാറ്റ്ഫോം എയ്സ് 2 ത്രീ, A23 ഹെഡ് ആയി റീബ്രാൻഡ് ചെയ്യുന്നു, അതിന്റെ ആപ്ലിക്കേഷന്റെയും ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റിയുടെയും ഡിസൈൻ ഘടകങ്ങൾ ഓൺലൈൻ റമ്മി പ്ലാറ്റ്ഫോമായ 'ഏസ് 2 ത്രീ' എന്നതിനായി പുനർനിർമ്മിച്ചു. 'എ 23' എന്ന് പുനർനാമകരണം ചെയ്യുന്നതിന്, ഓൺലൈൻ റമ്മി പ്ലാറ്റ്ഫോം ഒരു പുതിയ രൂപകൽപ്പനയും ഉപയോക്തൃ അനുഭവവും ഒപ്പം പുതിയ സവിശേഷതകളും ഉൾക്കൊള്ളുന്നു.

പ്ലാറ്റ്ഫോം 'ടർബോ ടേബിളുകൾ' സവിശേഷത, എതിരാളികളുടെ കൈകൾക്കിടയിൽ കുറഞ്ഞ കാത്തിരിപ്പ് സമയം വേഗത്തിൽ ഗെയിംപ്ലേ ആസ്വദിക്കാൻ ഉപയോക്താക്കളെ പ്രാപ്തരാക്കുന്നു, ഒപ്പം ഒന്നിലധികം പട്ടികകൾ കളിക്കാൻ ഒരു കളിക്കാരനെ അനുവദിക്കുന്ന 'സിറ്റ് ആൻഡ് ഗോ' എന്നിവയും സവിശേഷമായി അവതരിപ്പിക്കുന്നു.

ഇടപാടുകൾ പരിധി കൂടിയാൽ? ചാർജ് ഈടാക്കി തുടങ്ങുമെന്ന് സ്വകാര്യ ബാങ്കുകൾ?



യു.പി.ഐ (യുണിഫൈഡ് പേയ്മെൻറ് ഇൻറർഫേസ്) വഴിയുള്ള വ്യക്തികൾ തമ്മിലുള്ള ഇടപാടുകളുടെ എണ്ണത്തിൽ പരിധി നിശ്ചയിക്കാൻ ഒരുങ്ങി രാജ്യത്തെ വൻകിട സ്വകാര്യ ബാങ്കുകൾ. യു.പി.ഐ ഇടപാടുകൾ ഒരു മാസത്തിൽ ഇരുപതിൽ കൂടുതലെങ്കിൽ ഇനി മുതൽ ഫീസ് ഈടാക്കുമെന്ന് സ്വകാര്യ ബാങ്കുകൾ.

യു.പി.ഐ പേയ്മെൻറുകൾ സൗജന്യമായി തുടരുമെന്ന് സർക്കാർ വ്യക്തമാക്കിയിട്ടുണ്ടെങ്കിലും, നിസ്സാര ഇടപാടുകൾ സിസ്റ്റത്തിന് അധികഭാരം ചുമത്തുന്നത് തടയാനാണ് പുതിയ ചാർജുകൾ ഈടാക്കുന്നതെന്ന് ബാങ്കുകൾ അറിയിച്ചു. 2.5 രൂപ മുതൽ 5 രൂപ വരെയുള്ള ഫീസ് ആയിരിക്കും ബാങ്കുകൾ ഇതിനായി ചുമത്തുക.



നവാഗതനായ കെ. ജെ. ഫിലിപ്പ് സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ചിത്രമാണ് സ്വപ്നസുന്ദരി. അൽഫോൺസ വിഷ്വൽ മീഡിയയുടെ ബാനറിൽ ഷാജു സി. ജോർജ് ആണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. റോയിറ്റയുടെ കഥയ്ക്ക് നവാഗതരായ സീതു ആൻസൻ, കുമാർസെൻ എന്നിവർ ചേർന്നാണ് തിരക്കഥയും സംഭാഷണവും രചിക്കുന്നത്.

സമ്പന്ന കുടുംബത്തിലെ രണ്ട് ആൺമക്കൾ. അച്ഛൻ ഗൾഫുകാരനും അമ്മ ആഢംബരപ്രിയയായ സ്ത്രീയുമാണ്. മൂത്ത മകൻ ഷാനു എഞ്ചിനീയറിംഗ് വിദ്യാർത്ഥിയാണെങ്കിലും ചിത്രം വരയ്ക്കുന്നതിലാണ് കൂടുതൽ താത്പര്യം. മനോഹരമായി ചിത്രം വരയ്ക്കുന്ന ഷാനുവിനോട് ഒരു പെൺകുട്ടി തന്റെ ചിത്രം വരയ്ക്കാൻ ഫോൺ ചെയ്ത് ആവശ്യപ്പെടുന്നു. തുടർന്നുണ്ടാകുന്ന രസകരവും സസ്പൻസ് നിറഞ്ഞതുമായ സംഭവവികാസങ്ങളിലൂടെ കഥ മുന്നോട്ടു പോകുന്നു. കോളേജ് പശ്ചാത്തലത്തിൽക്കൂടിയാണ് ഈ സിനിമയുടെ കഥ വികസിക്കുന്നത്.

സനീഫ്, ജിന്റോ, തമിഴ് നടൻ വർഗീസ്, മുഹമ്മദ് സാജിദ് സലാം, സൈജു, മുഹമ്മദ്, രഞ്ജിത്ത്, തൻഫീൽ, ഡോൽ ബി, സിദ്ദിഖ്, റസാക്ക് പാരഡൈസ്, സാൻകൃഷ്ണ, ജോയ് നടുക്കുടി, സുൽഫി കൊടുങ്ങല്ലൂർ, ഷാരുസഹീൻ, അലീന തങ്കച്ചൻ, ഷാൻസി സലാം, അന്ന, അനീന, സൗദ തുടങ്ങിയവരാണ് പ്രധാന താരങ്ങൾ. ടി വി അവതാരകയായ അലീനയും ആദ്യമായി അഭിനയിക്കുന്ന സിനിമയാണിത്. ഇതിൽ ഒരു പ്രധാന കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്ന മുഹമ്മദ് സാജിദ് സലാമും പുതുമുഖമാണ്.

ഡയറക്ടർ ഓഫ് ഫോട്ടോഗ്രാഫി : റോയിറ്റ. അസ്സോസിയേറ്റ് ക്യാമറാമാൻ :കുമാർസെൻ. ഗാനരചന : ഉസ്മാൻ, വക്കച്ചൻ. സംഗീതം, ആലാപനം :ഉസ്മാൻ. അസ്സോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ :മുഹമ്മദ് സാജിദ് സലാം. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : ഷാൻസി സലാം. പി ആർ ഒ : റഹിം പനവൂർ. കലാ സംവിധാനം : മനോജ് കിഴക്കമ്പലം. കോ – ഓർഡിനേറ്റർ : അന്ന ഏയ്ഞ്ചൽ. ഗതാഗതം : സൈജു.എറണാകുളം, പീരുമേട് തുടങ്ങിയ സ്ഥലങ്ങളിലായാണ് സിനിമയുടെ ചിത്രീകരണം.

– റഹിം പനവൂർ

ചിരാത്

ചിത്രകാരിയായ രമ സജീവൻ രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിക്കുന്ന ചിത്രമാണ് ചിരാത്. രമ ആദ്യമായി സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ഈ ചിത്രം ആർട്ട് പോയിന്റ് ക്രിയേഷൻസിന്റെ ബാനറിലാണ് നിർമ്മിക്കുന്നത്.

കേരളത്തിലെ പ്രകൃതി സുന്ദരമായ ഒരു ഗ്രാമത്തിൽ ജീവിക്കുന്ന മീരയും ഭർത്താവ് വിനോദും മകൾ കൃഷ്ണയും അടങ്ങുന്ന കൊച്ചു കുടുംബം. ഇവരുടെ കുടുംബത്തിൽ അറിഞ്ഞോ അറിയാതെയോ ഉണ്ടാകുന്ന സാമൂഹികവും സാമ്പത്തികവുമായ പ്രതിസന്ധികൾ. ഇവിടെ ഒറ്റപ്പെട്ടുപോകുന്ന ഒരു പെണ്ണിന്റെ തീവ്രമായ ജീവിതാനുഭവങ്ങളുടെ നേർക്കാഴ്ചയാണ് ഈ ചിത്രം.

ബിജുദാസ്, മിഥില, ബേബി നിരഞ്ജന, വസന്തകുമാരി, പ്രസന്നൻ മാഞ്ചയ്ക്കൽ, ഷാജിക്ക ഷാജി, ഷാൻസി സലാം, അന്ന ഏയ്ഞ്ചൽ, വി. കെ. എം. പ്രഭാത്, നന്ദഗോപൻ, സാദിഖ്, നിസാർ റംജാൻ, സന്ധ്യ, ഉണ്ണി താനൂർ, ഷെമീർ ബാബു, അരുൺ തേക്കിൻകാട്, പി. കെ. ബിനീഷ്, സുബീഷ് ശിവരാമൻ, ബേബി പ്രനീത പ്രഭാത്, മാസ്റ്റർ നവദേവ്, മാസ്റ്റർ പ്രണവ് പ്രഭാത്, ബേബി ശ്രീനന്ദ, റഫീഖ് കണമ്പ്, ടി. ആർ. ഇന്ദിര, സീമ, സാജു കൂത്താട്ടുകുളം എന്നിവരാണ് പ്രധാന താരങ്ങൾ.



ഛായാഗ്രഹണം : സുൽഫി ഭൂട്ടോ. അസോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ : പി. കെ. ബിജു. പശ്ചാത്തല സംഗീതം: അരുൺ പ്രസാദ്. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : ഷാജിക്ക ഷാജി. പി ആർ ഒ : റഹിം പനവൂർ. കലാസംവിധാനം : ശ്രീനി കൊടുങ്ങല്ലൂർ. സംവിധാന സഹായികൾ : മനോജ്കുമാർ, ജ്യോതി വൈശാഖ്. മേയ്ക്കപ്പ് : ശിവരാജൻ. സ്റ്റിൽസ് : വി. കെ. എം. പ്രഭാത്. പ്രൊഡക്ഷൻ മാനേജർ : റഫീഖ് കണമ്പ്. ഫിനാൻസ് കൺട്രോളർ : നിസാർ റംജാൻ.



ആദ്യപാപം

25 വർഷമായി മിമിക്രി കലാകാരനായും ഗായകനായും പ്രവർത്തിക്കുന്ന ചെ. ത. ശെൽവകുമാർ (ശെൽവൻ കോതമംഗലം) രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിക്കുന്ന ആദ്യ ഷോർട്ട് മൂവിയാണ് ആദ്യപാപം. തിരുവാതിര പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ ബാനറിൽ രാജു ചേർത്തല ആണ് ഈ ചിത്രം നിർമിക്കുന്നത്. കുട്ടൻ – മീര ദമ്പതികളുടെ ജീവിതത്തിലേക്ക് മായ എന്ന പെൺകുട്ടി കടന്നു വരുന്നതോടെ ഉണ്ടാകുന്ന സംഭവവികാസങ്ങളാണ് ഈ ചിത്രത്തിന്റെ പ്രമേയം. വൈകാരികവും നർമ്മവും സസ്പെൻസും നിറഞ്ഞ ചിത്രമാണിത്. ഭാര്യമാരും പ്രായ പൂർത്തിയായവരും കണ്ടിരിക്കേണ്ട ഒരു ചിത്രമാണിതെന്നു സംവിധായകൻ ശെൽവകുമാർ പറഞ്ഞു.

മുജീബ്റഹ്മാൻ വേങ്ങൂർ, ശ്രീലക്ഷ്മി, വേദ, സിബി കൊച്ചിറ, ഷൈജു പുന്നപ്ര, ടി. ജെ. രാജു, സജീർ തുടങ്ങിയവരാണ് പ്രധാന താരങ്ങൾ. ചലച്ചിത്ര നടൻ മുജീബ്റഹ്മാൻ വേങ്ങൂർ കുട്ടൻ എന്ന കഥാപാത്രത്തെയും ചലച്ചിത്ര, ടി.വി താരം ശ്രീലക്ഷ്മി മീരയെയും അവതരിപ്പിക്കുന്നു. മായ എന്ന ശക്തമായ കഥാപാത്രമായി ചലച്ചിത്ര – ടിവി താരം വേദ എത്തുന്നു.

ഛായാഗ്രഹണം :സന്ദീപ് മാറാടി.(മികച്ച ഫോട്ടോഗ്രാഫർക്കുള്ള സംസ്ഥാന പുരസ്കാരം സന്ദീപ് നേടിയിട്ടുണ്ട്). സംഗീതം: അനീസ് ഖാൻ. മേയ്ക്കപ്പ് : ഷൈജു. അസിസ്റ്റന്റ് ക്യാമറാമാൻ : അനന്ദുഹരി. പി ആർ ഒ : റഹിം പനവൂർ. കലാസംവിധാനം : വിമൽ കലാനികേതൻ. ഡിസൈൻ : ശരത് വീട്ടൂർ.

ചേർത്തലയിലും പരിസര പ്രദേശങ്ങളിലുമായിട്ടാണ് ചിത്രീകരണം

അമ്മയുടെ ഗാനരചനയിൽ മകളുടെ ആലാപനം

അമ്മയുടെ ഗാനരചനയിൽ മകൾ പാടിയ സംഗീത വീഡിയോ ആൽബം ശ്രദ്ധേയമാകുന്നു. ഓണത്തുമ്പി എന്ന ആൽബത്തിലാണ് അമ്മ ലേഖ പരവൂർ എഴുതിയ ഗാനം മകൾ നിതില കൃഷ്ണ ആലപിച്ചത്. ആരാമം പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ ബാനറിൽ ഒരുക്കിയ ഈ ആൽബം ഓണത്തെക്കുറിച്ചുള്ളതാണ്. ഗ്രേറ്റസ് മച്ചാഡോ ആണ് സംഗീതവും ഓർക്കസ്ട്രേഷനും നിർവഹിച്ചത്. പ്രോജക്റ്റ് ഹെഡ് : അനൂപ് കടമ്പാട്ട്. ഛായാഗ്രഹണം : അഭിലാഷ് കെ. ആശ്രാമം. എഡിറ്റിംഗ് : ശരവൺ സ്റ്റുഡിയോ 3. റെക്കോർഡിസ്റ്റ് : മിഹ്റാജ് ഖാലിദ്. വാർത്താ പ്രചാരണം : റഹിം പനവൂർ.

കൊല്ലം പരവൂർ സ്വദേശിനിയായ ലേഖയും മകൾ നിതില കൃഷ്ണയും സംഗീത പരിപാടികളിൽ സജീവമാണ്. നൂറോളം ഗാനങ്ങളും നിരവധി കവിതകളും ലേഖ എഴുതിയിട്ടുണ്ട്. അമ്മ എഴുതിയ കവിതകൾ മകൾ ഈണം നൽകി ആലപിച്ചിട്ടുണ്ട്. പഠനത്തിലും മുടുക്കിയായ നിതില കൃഷ്ണ എസ് എസ് എൽ സി പരീക്ഷയിൽ എല്ലാ വിഷയങ്ങൾക്കും എ പ്ലസ് നേടിയിരുന്നു. സാംസ്കാരിക പരിപാടികളുടെ മികച്ച സംഘാടക കൂടിയാണ് ലേഖ. യശഃ ശരീരനായ സംഗീത സംവിധായകൻ ജി. ദേവരാജന്റെ നാടായ പരവൂരിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന പരവൂർ സംഗീതസഭയിലെ സജീവ പ്രവർത്തകരാണ് ഇരുവരും. ലേഖയുടെ മകൻ നിതിൻ കൃഷ്ണയും നല്ല ഗായകനാണ്. ഭർത്താവ് ഗോപാലകൃഷ്ണൻ (ബാബു) നൽകുന്ന പിന്തുണയാണ് സംഗീതയാത്രയിലെ വിജയത്തിളക്കത്തിന് കാരണമെന്ന് ലേഖ പറയുന്നു.



– റഹിം പനവൂർ

the other truth



Brand new god

So Mie

Omnipotent. Omnipresent. Omniscient.

These are the mighty Three Os that make a god. The one who has unlimited power. The one who is present everywhere, every time. The one who knows everything.

Ever since humans acquired knowledge of their own ignorance, god has been with them. Though imagined in varying forms and known by varying names across cultures and around the globe, the DNA of god has the Three Os categorically ingrained in it. It's the Three Os that sets the god apart from mere earthlings.

There's yet another attribute that only god can claim: invisibility. What a wonderful idea! Though man made god in his own image - of course creative freedoms were taken in some cases - the supreme being can evade our naked eye.

The evolution of god in different cultures, over millennia, makes interesting study. While some gods lasted only a lifetime or a few generations in a particular community, some others outlived civilizations and reached across borders. But no god seems to have permanent shelf life.

I say about the transience of gods on the basis of archeological finds and historical facts. Cave paintings dating back 40,000 years have been discovered in Europe and Asia. It indicates that our ancestors were imaginative and invested time and effort in creative expressions as early as that and maybe even much earlier. So, in all probability, their imagination might have stretched to thoughts of divine intervention, spirit and afterlife. The likes of Venus Figurines (so named by archeologists) with exaggerated human features might have been personifications of primordial deities venerated after humans reached behavioral modernity around 50,000 years ago.

Over the millennia, humanity's habits, lifestyle and perceptions changed. So did their gods. While some got relegated to the back row, some received more attention. Some were even totally ignored and forgotten. There were instances of gods becoming mere myths, and mythical characters becoming gods. Gods also underwent identity changes, with new names, improved features, and different representative traits.

The rebranding of gods has been a common occurrence in all civilizations: ancient, early and modern. Examples are many. Mesopotamian goddess of beauty Ishtar later was transformed into a vengeful femme fatale. Egyptian god of the afterlife Anubis was once very popular, but he was completely replaced by Osiris. It is assumed that the three-faced male figure with honed headgear and surrounded by animals on a seal excavated from Indus Valley was the prototype of the Vedic god Siva. An interesting discovery is that Indus Valley gods took up trees as their abode whereas most other gods have elaborate temples built for them.

The world witnessed two massive godly takeovers almost 500 years apart. Though without a specific name, the god introduced by Jesus, in one fell swoop, decimated all the ancient and early gods of the entire Europe and the Americas. Allah, revealed by Prophet Muhammad, dethroned every reigning god in the Middle East, many in Africa and a few in Asia.

Now, the question is: how are gods faring in the present and how will they do in the future? Well, present first. Gods in general have taken a hit due to their inability to fight off the Covid. The god with the most followers is slowly losing his command across Europe. Another god taking his place is unlikely as European societies are largely becoming either atheist or agnostic. Allah doesn't have to fear extinction yet, although alarm bells could be heard if you put your ear close to young hearts. Deities such as Ram in India are beginning to enjoy more limelight. Ahura Mazda (Zoroastrian god) is making his last stand with a handful of worshippers. Folk gods are protected and promoted as intangible cultural heritage in communist China. They even anointed a new god, christened him Cheshen, and put him in charge of protecting motor vehicles. The number of godmen and godwomen vying for full god status is on the slide due to social distancing!



And the future of gods, or rather, what the god in the future will be? All present day gods are likely to exist for another 50 years or so, but their existence will be felt more in temples than in human hearts. They will be more celebrated and politicized than venerated and loved. Their replacement could happen online, virtually. In the olden days, the first thing believers did after waking up in the morning and the last thing they did before falling asleep at night was reach out to their god. Nowadays, the first and the last thing both believers and non-believers do is reach for their touchphones!

It turns out, the internet could be a strong contender for godly status. It is omnipotent, omnipresent, omniscient, and invisible. And unlike other gods, this one can really deliver!

So how about inventing an algorithmic, AI-enabled god? And name it The Programer, perhaps?

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala..

EFFECTIVE ADCOM 2020 September. Date of publication 01/09/2020
RNI Reg. No. KERBIL/2014/64776, Registered. Reg. No. KL/KTM/113/2019-21, Price: Rs. 50/-

